

Moisés de Lemos Martins (Ed.)

OS POSTAIS ILUSTRADOS NA VIDA DA COMUNIDADE



© CECS 2017 Todos os direitos reservados
A presente publicação encontra-se disponível gratuitamente em:
www.cecs.uminho.pt

Título	Os postais ilustrados na vida da comunidade
Editores	Moisés de Lemos Martins
ISBN	978-989-8600-64-6
Capa	Montagem feita com imagens dos textos / Composição: Pedro Portela
Formato	eBook, 230 páginas
Data de publicação	2017, março
Editora	CECS - Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade Universidade do Minho Braga . Portugal
Diretor	Moisés de Lemos Martins
Vice-Diretor	Manuel Pinto
Formatação gráfica e edição digital	Ricardina Magalhães

Esta publicação faz parte das atividades do projeto de investigação “Os postais ilustrados. Para uma sócio-semiótica da imagem e do imaginário”, referência PTDC/CCI/72770/2006. É financiada no âmbito do Programa Estratégico do CECS (UID/CCI/00736/2013), pelo COMPETE: POCI-01-0145-FEDER-007560 e pela FCT - Fundação para a Ciência e Tecnologia.

ÍNDICE

Os mundos de um postal	5
Moisés de Lemos Martins	

1. TEMPO E NARRATIVA NO POSTAL ILUSTRADO 15

O postal ilustrado e a modernidade	17
Bernardo Pinto de Almeida	

Os postais ilustrados e o contemporâneo	27
Moisés de Lemos Martins	

O imaginário lusófono na expressão dos postais ilustrados	39
Madalena Oliveira	

2. TÉCNICAS E ESTÉTICAS DO POSTAL ILUSTRADO 53

A fotografia e o postal ilustrado: origens e influências	55
Nuno Borges de Araújo	

Morfologias urbanas e arquitetura da Exposição do Mundo Português (1940) desde o postal ilustrado	89
Miguel Bandeira, Moisés de Lemos Martins & Madalena Oliveira	

Arte pelo correio: a presença do cartão-postal nas práticas artísticas do século XX	113
Fabiane Pianowski	

A arte postal – da iconografia de massas a uma estratégia de vanguarda	131
Marlene Pereira	

Da fisiologia do postal ilustrado	137
Miguel Sopas de Melo Bandeira	

3. DOS USOS DO POSTAL AO ARQUIVO	147
Porque gostamos de bilhetes-postais ilustrados?	149
José Manuel Martins Ferreira	
<hr/>	
Colecionar postais ilustrados	209
Olga Carneiro	
<hr/>	
Os postais ilustrados como ferramenta do marketing e da promoção do turismo	213
Clarisse Pessôa	
<hr/>	
Os bilhetes-postais ilustrados nas bibliotecas	223
Henrique Barreto Nunes	
<hr/>	

MOISÉS DE LEMOS MARTINS

moisesm@ics.uminho.pt; moiseslmartins@gmail.com

CENTRO DE ESTUDOS DE COMUNICAÇÃO E SOCIEDADE
(CECS), UNIVERSIDADE DO MINHO

OS MUNDOS DE UM POSTAL

Postcards connecting the world
Slogan usado pela comunidade virtual Postcrossing

O POSTAL E O MUNDO

No imaginário coletivo, algo parece aproximar as representações do postal ilustrado e as visões do planeta-terra. Circulado pela primeira vez em 1869 na Áustria, o bilhete-postal seria, como o demonstram diversos historiadores¹, um dos principais pretextos para a fundação da União Postal Universal, em 1874, na Conferência de Berna, que pela primeira vez regula de modo uniforme a circulação de correio a nível mundial. Por outro lado, atravessando distâncias geográficas, e reproduzindo as vistas de uma determinada cidade, o postal ilustrado rapidamente se afirmou como um vetor de contração do espaço, quer pela função de arquivo topográfico que as suas imagens desempenham, quer pela função de comunicação interpessoal que as suas missivas epistolares também cumprem. Colecionadores, artistas, cibernautas, investigadores, e simples utilizadores, agrupam-se em torno deste popular meio de comunicação novecentista, que se tem sucessivamente adaptado ao contexto mediático, ao panorama visual e ao ambiente social contemporâneos, confirmando a força agregadora que reside num *objeto-imagem* (Maffesoli, 1993; Correia & Martins, 2011; Martins & Oliveira, 2011; Martins & Correia, 2014).

¹ Veja-se, a este propósito, entre outras, a obra de Esther Milne, publicada em 2010, *Letters, Postcards, Email. Technologies of Presence*.

OS SAQUEADORES DE POSTAIS

Poucos anos depois de aparecer, o postal ilustrado tornou-se objeto dessa comunidade *sui generis* que é a cartofilia. O grupo de colecionadores de cartões com remetente, que começou por ser maioritariamente feminino (Rogan, 2005), seria descrito por Tom Phillips, num tom caricatural, como um “amigável mundo cheio de personagens ora maiores ora menores do que a vida” (Phillips, 2000, p. 8). Segundo este investigador norte-americano, juntamente com os vendedores de postais antigos, os colecionadores de postais formariam uma espécie de trupe mafiosa, que juntaria “piratas”, “saltimbancos” e “patifes”, num ambiente de camaradagem contagiosa. O caráter obsessivo da ocupação de colecionar postais é ainda sublinhado por este autor, que assegura não existir nenhuma categoria, por mais obscura que seja, que possa escapar aos gostos idiossincráticos do colecionador: postais ilustrados com chás e postais que representam cabras, são algumas das mais bizarras eleições que terá encontrado no seu contacto com o mundo da cartofilia.

Já a Pró-Associação Portuguesa de Cartofilia, apresentada em entrevista a Maria da Luz Correia pelo seu membro José Martins Ferreira, parece no seu testemunho uma comunidade bem menos extravagante do que a descrita por Tom Phillips, estando em grande parte ligada ao interesse pelas cidades, pela sua história e pelo seu património²:

A Pró-Associação de Cartofilia Portuguesa pretendia criar um espaço de tertúlia à volta do tema dos postais ilustrados, e através desse intercâmbio de conhecimentos e de postais que dispúnhamos no conjunto, pretendíamos fazer uma lista da produção dos principais editores, uma produção que era largamente desconhecida. (...) De modo que os principais objetivos eram estes: conseguirmos sistematizar a informação sobre a produção dos nossos editores nortenhos, em especial do Porto, por um lado, e, por outro, criar um espaço de convívio onde as pessoas, que se interessassem pelo tema, pudessem trocar ideias e postais³.

² A maioria dos colecionadores de postais, entrevistados no âmbito do projeto de investigação “Os postais ilustrados: para uma sócio-semiótica da imagem e do imaginário”, tende a ligar o gosto pelos postais ao interesse específico por uma cidade, ou por uma região. Por exemplo, António Ventura, colecionador e historiador, autor de livros como *O postal ilustrado de Portalegre no primeiro quartel do século XX*, e ainda *Os Postais da Primeira República*, justifica assim o seu interesse pelos postais: “os postais surgiram na sequência do nosso interesse pela história da cidade. Não me interessa pelos postais isoladamente. (...) Eu, em relação à região, coleciono tudo: livros, documentos... É verdade que não me interessa apenas pelos postais de Portalegre, também coleciono postais de outras localidades do distrito, e ainda me interessa por postais de outras temáticas que não a cidade: coleciono, por exemplo, postais da 1ª República” (entrevista concedida por António Ventura a Maria da Luz Correia, em 2009).

³ Entrevista concedida por José Martins Ferreira a Maria da Luz Correia, em 2009.

AS VANGUARDAS DO POSTAL

Objeto de apropriação das vanguardas do início do século XX, como o demonstram as edições surrealistas e as colagens dadaístas, o postal ilustrado foi ainda protagonista de um movimento associado à arte conceptual e a vários elementos do grupo Fluxus, a *mail-art*, prática que emerge nos EUA nos anos 60, liderada por Ray Johnson. Muitas vezes apontando a série de postais “Rendez vous dimanche 6 février 1916 à 1h $\frac{3}{4}$ de 1^m après-midi”, de Marcel Duchamp, como gesto inspirador, a arte postal, em voga durante os anos 60 e 70, consistia basicamente na troca gratuita de intervenções artísticas pelo correio, mas sem envelope, tendo sido constituída uma lista dos artistas inscritos.

Graças a Edward Plunkett, esta rede de trocas de postais ficou ainda conhecida pelo nome de New York Correspondence School of Art – expressão que rapidamente se converteria em New York Correspondance School of Art – de modo a fazer alusão ao movimento das obras e às relações entre artistas, desenvolvidas a partir do seu envio (Held Jr, 1991, p. xv)⁴. Embora nem todos os praticantes de *mail-art* assumissem explicitamente uma intenção política, de um modo geral este movimento tinha o intuito de sabotar categorias estéticas tradicionais (como autor e espectador), e sobretudo de boicotar o circuito artístico institucional, das galerias aos museus, assim como a respetiva mercantilização da obra de arte, através de uma postura que preconizava a troca informal e gratuita de arte, em detrimento da sua transação oficial e comercial⁵.

AS REDES DO POSTAL

O postal é ainda talismã das mais recentes tribos do ciberespaço, tal como o demonstram recentes fenómenos de popularidade da web, no caso o Postcrossing e o Postsecret.

O Postcrossing é uma rede internacional, fundada em 2005, hoje com cerca de 500 mil membros, que permite trocar postais pelo correio com os

⁴ Na transposição de *correspondence* para *correspondance* ocorre a convocação da dança, como jogo e interação, na troca das mensagens e das obras artísticas.

⁵ Entre novembro de 2008 e janeiro de 2009, a Fundação de Serralves acolheu na sua biblioteca uma mostra dedicada a este movimento, dirigida por Guy Schraenen. A exposição temporária “Post me! Arte pelo Correio” incluía obras de Alveš e de On Kawara, entre muitos outros, tendo como principal objetivo “mostrar que o correio (anos 60) foi um elemento importante na difusão de obras de arte. As obras podiam circular de país para país, em pouco tempo. O correio constituiu para os movimentos da vanguarda dos anos 60 e 70 uma ferramenta importante para a criação de uma rede, que permitiu a muitos artistas o contacto e a divulgação além-fronteiras” (retirado de <http://www.serralves.pt/pt/actividades/post-me-arte-pelo-correio/>).

quatro cantos do mundo (mais de 200 países são destinos dos postais circulados). Acedendo ao *site* desta comunidade virtual, o internauta pode inscrever-se e facilmente tornar-se um *postcrosser*: cria um perfil, solicita o endereço de um outro membro (selecionado aleatoriamente), envia-lhe um postal e aguarda receber um outro.

O Postsecret, por sua vez, é o projeto artístico do norte-americano Frank Warren, que o concebeu em 2004. Consiste na troca de postais, feitos à mão, onde se revelam, anonimamente, segredos íntimos nunca antes confessados. Os postais são num primeiro momento endereçados a Frank Warren, e de seguida são publicados no blogue do artista.

Comunidades virtuais como estas reforçam não apenas a propensão do postal ilustrado para sedimentar vínculos sociais, como evidenciam, de igual forma, o potencial de interação entre as tecnologias de informação e de comunicação contemporâneas e o formato epistolar aparecido no século XIX, que como elas se presta à partilha de afetos.

Além destas trocas de postais *online*, que participam de uma criatividade estética e de uma inventividade lúdica assinaláveis, outros *sites* de troca, como o E-bay, e um conjunto de blogues temáticos, compõem ainda o espectro da presença dos postais no ciberespaço e da sua afirmação enquanto vínculos da socialidade em rede contemporânea.

OS PENSADORES DOS POSTAIS

Mais recentemente, o postal tornou-se, também, um objeto de estudo que une a comunidade científica, tanto ao nível nacional, como transnacional. Desde logo, há que referir o projeto “Postais Ilustrados: para uma sócio-semiótica da imagem e do imaginário”, financiado pela Fundação para a Ciência e a Tecnologia, entre 2007 e 2012⁶. Neste projeto trabalhou, de modo assíduo, durante estes anos, e mais esporadicamente, a partir de 2013, uma equipa de sete investigadores, que teve como principal objetivo estabelecer a relação da história do postal ilustrado e das suas representações com a construção do imaginário popular e das identidades regionais (Martins, Oliveira & Bandeira, 2011; Martins, Oliveira & Correia, 2011, 2013; Martins, Pires & Oliveira, 2008). Para além do trabalho preliminar de

⁶ Projeto “Os postais ilustrados: para uma sócio-semiótica da imagem e do imaginário”. Investigador Principal, Moisés de Lemos Martins. Financiado pela FCT, código: PTDC/CCI/72770/2006. Consultar o blogue do projeto: <http://postaisilustrados.blogspot.pt/>. E também, Postal a Postal, repositório de postais ilustrados, por cada uma das regiões abrangidas pelo projeto: Braga, Viana do Castelo, Viseu, Bragança e Portalegre. Consultar o site: <http://www.postaisilustrados.urminho.pt/>

recolha, categorização e arquivo, a que esses investigadores se entregaram, compulsando um alargado acervo de postais portugueses, antigos e contemporâneos, a equipa procedeu ao estudo do campo teórico da imagem e das artes visuais. Mas muito depressa, de modo mais ou menos espontâneo, as colaborações com este projeto ultrapassaram o restrito número de investigadores que compunha a equipa de investigação, assim como os objetivos de partida, que embora em si mesmos fossem já exigentes, se multiplicaram e diversificaram⁷.

Uma das tarefas de investigação, realizadas no quadro do projeto “Postais Ilustrados: para uma sócio-semiótica da imagem e do imaginário”, consistiu em cartografar as investigações de maior relevância, a nível internacional, que haviam encarado o postal como objeto de estudo. A equipa tomou então conhecimento da obra de Nicolas Hossard (2005), sociólogo da comunicação e do quotidiano, particularmente da sua tese de doutoramento, posteriormente publicada em formato de livro, com o título *Recto-verso: les faces cachées de la carte postale*. Nesta obra, Hossard articulou a abordagem histórica do postal ilustrado com o estudo das suas funções sociais.

A equipa conheceu, também, “The Edwardian postcard: a revolutionary moment in rapid multimodal communications”, um projeto de Julia Gillen, investigadora da Universidade de Lancaster, e de Nigel Hall, investigador da Universidade Metropolitana de Manchester, cujos resultados foram publicados em 2009. Neste projeto, os investigadores compararam vários aspetos dos postais ilustrados da primeira década do século XX com os *micro-posts* do Twitter. Começaram por assinalar a similitude de linguagem. Com efeito, se é um facto que o Twitter permite digitar 140 caracteres, o postal, da mesma maneira, pelas suas reduzidas dimensões físicas, apenas permite redigir uma fórmula sucinta. E insistindo na analogia, a pesquisa destes dois investigadores britânicos chama a atenção para o facto de em 2009 a rede social Twitter, criada em 2006, contar com cerca de 100 milhões de usuários, diariamente ativos, e de terem sido enviados, em Inglaterra, entre 1901 e 1910, cerca de seis biliões de postais, chegando-se ao ponto de se realizarem seis entregas de correio por dia, nas principais cidades inglesas.

⁷ É de salientar que este crescimento do projeto resultou também do esforço desenvolvido no sentido de reforçar laços entre a investigação e o ensino. Fez-se, por essa razão, uma ampla divulgação do projeto entre os estudantes do 2º e 3º ciclos de estudo do Instituto de Ciências Sociais da Universidade do Minho e, em 2010, foi lançado um concurso de postais, alusivo à história dos média, dirigido aos alunos dos 1ºs ciclos de Ciências da Comunicação das universidades portuguesas, tendo sido vencedores postais de alunos do 1º ciclo de Ciências da Comunicação da Universidade do Minho.

Entretanto, fazendo uma ponte semelhante entre média analógicas e média digitais, Esther Milne escreve, em 2010, *Letters, Postcards, Email. Technologies of Presence*, fazendo ressaltar um conjunto de afinidades entre tecnologias de presença tão distintas como a carta, o postal e o *e-mail*. E, do outro lado do oceano Atlântico, é David Prochaska, da Universidade de Illinois, e Jordana Mendelson, da Universidade de Nova Iorque, quem marca definitivamente a bibliografia dedicada ao postal ilustrado, ao editarem, também em 2010, a coletânea de textos *Postcards: Ephemeral Histories of Modernity*.

Finalmente, não podem deixar de ser assinalados quatro trabalhos académicos. Por um lado, a tese de doutoramento em Ciências da Comunicação, que Maria da Luz Correia, investigadora do projeto “Postais Ilustrados: para uma sócio-semiótica da imagem e do imaginário”, defendeu em 2013, numa cotutela entre a Universidade do Minho e na Universidade Paris-Descartes (Sorbonne). Esta tese teve por título *Intermitências na cultura visual contemporânea: o postal ilustrado e a imagem recreativa*⁸. Devem ainda ser assinaladas, por outro lado, três dissertações de mestrado em Ciências da Comunicação apresentadas na Universidade do Minho: a) Por Marlene Pereira, uma dissertação intitulada *Cultura à vista. O Postal Ilustrado como estratégia de promoção das Artes e da Cultura*⁹; b) por Vanessa Martins, um trabalho sobre *O humor nos postaisilustrados: o cómico como espelho histórico/social de Portugal nas primeiras três décadas do século XX*; c) por Sara Rêgo uma dissertação com o título *Contributos do postal ilustrado para a história do free card*¹⁰.

OS POSTAIS DE TODOS OS DIAS

Com frente e verso, os postais favorecem ainda o diálogo entre a comunidade científica e a comunidade civil. A base de dados Postal a Postal¹¹, que reúne postais de Braga, Viana do Castelo, Bragança, Viseu, Portalegre¹² e que armazena ainda um conjunto de postais publicitários gratuitos

⁸ Retirado de <http://hdl.handle.net/1822/29216>

⁹ Retirado de <http://hdl.handle.net/1822/41013>

¹⁰ Retirado de <http://hdl.handle.net/1822/41035>

¹¹ Retirado de <http://postaisilustrados.uminho.pt>

¹² Foi com base nos postais organizados neste repositório digital que se publicou a antologia *Portugal ilustrado em Postais*, uma coleção de *booklets* que integra um livreto genérico (*Postal a postal*) e mais cinco dedicados às cidades de Braga, Bragança, Portalegre, Viana do Castelo e Viseu (Martins & Oliveira, 2011).

(conhecidos correntemente em Portugal sob a designação de *freecards*), construída no âmbito do projeto coletivo desenvolvido no Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade da Universidade do Minho, é neste aspeto exemplar.

Por um lado, esta base de dados resultou dos esforços conjuntos dos investigadores e de entidades públicas e privadas: os cerca de três milhares de postais catalogados neste repositório virtual foram angariados em estreita colaboração com colecionadores privados como é o caso de António Ventura, Olga Carneiro e João Manuel Neto Jacob, ou ainda de entidades coletivas e instituições públicas como a Biblioteca Nacional de Portugal, a Associação de Passos de Silgueiros de Viseu e o Arquivo Municipal de Viana do Castelo. Por outro lado, a base de dados, Postal a Postal, desde que está *online*, tornou-se um serviço público, partilhando com a comunidade de internautas, imagens, mensagens e informações adicionais, relativas aos postais digitalizados, maioritariamente de vistas, cujo período de edição se estende ao longo de todo o século XX.

Entretanto, o blogue *Postais Ilustrados* tornou-se, igualmente, uma plataforma de diálogo entre os investigadores e o mais diverso leque de interessados pelos postais. Colecionadores, historiadores, editores, jornalistas, *designers*, ou simples curiosos, leem e comentam, com regularidade, os *posts* aí publicados, frequentemente difundidos através de redes sociais como o Facebook. Através destes comentários, da simples visita ao blogue, e dos recorrentes processos de hiperligação, o projeto tem vindo a enriquecer-se de cumplicidades e vizinhanças no mundo do *online*, que não raras vezes se traduzem em contactos e parcerias no mundo do *offline*. Desde conversas e entrevistas, à cedência de postais para a base de dados digital, à divulgação do projeto em meios de comunicação de massa (da imprensa à rádio...¹³) e à sua difusão junto de públicos mais específicos (como o caso de docentes e discentes do Ensino Básico¹⁴), muitas têm sido as interações entre a investigação científica em torno do postal ilustrado e da comunidade civil, grande parte delas favorecidas pela extensão virtual do projeto na web.

¹³ Entre outros episódios, recordamos, neste contexto, a reportagem “Bilhetes Postais Pedços de Vida”, com texto de Helena Mendonça e fotografia de Ricardo Meireles, dedicada a este projeto de investigação e publicada na revista *Notícias Magazine* a 1 de novembro de 2009.

¹⁴ Refiro-me aos leitores da revista *Noesis*, editada pelo Ministério da Educação, que no último trimestre de 2010 solicitou a colaboração de Maria da Luz Correia, investigadora do projeto, na elaboração de uma exposição didática da história do postal ilustrado.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Correia, M. L. (2013). *Intermitências na cultura visual contemporânea: o postal ilustrado e a imagem recreativa*. Tese de doutoramento em Ciências da Comunicação e em Ciências Sociais, Universidade do Minho e Universidade Paris-Descartes (Sorbonne), Braga, Portugal; Paris, França. Retirado de <http://hdl.handle.net/1822/29216>
- Correia, M. L. & Martins, M. L. (2011). O postal ilustrado e a modernidade: memória, imagem e técnica. In M. L. Martins, J. B. de Miranda, M. Oliveira & J. Godinho (Eds.), *Imagem e pensamento* (pp. 237-253). Coimbra: Grácio Editor.
- Held Jr, J. (1991). *Mail art: an annotated bibliography*. Londres: Scarecrow Press.
- Hossard, N. (2005). *Recto-verso: les faces cachées de la carte postale*. Paris: Arcadia Éditions.
- Maffesoli, M. (1993). *La contemplation du monde, Figures du style communautaire*. Paris: Éditions Grasset & Fasquelle.
- Martins, M. L. & Correia, M. L. (Eds.) (2014). *Do Post ao Postal*. Famalicão: Húmus. Retirado de <http://hdl.handle.net/1822/35295>
- Martins, M. L. & Oliveira, M. (Eds.) (2011). *Portugal Ilustrado em Postais – Viana do Castelo, Braga, Bragança, Viseu e Portalegre*. Braga: CECS. Retirado de <http://hdl.handle.net/1822/36492>
- Martins, M. L., Oliveira, M. & Bandeira, M. (2011). O “mundo português” da Exposição de 1940 em postais ilustrados. O global numa visão lusocêntrica. *Revista de Comunicação e Linguagens*, 42, 265-278. Retirado de <http://hdl.handle.net/1822/24149>
- Martins, M. L., Oliveira, M. & Correia, M. L. (2011). Les images numériques s’imaginent l’archaïque: mettre en perspective les cartes postales. *Sociétés*, 111, 163- 177. Retirado de <http://hdl.handle.net/1822/23808>
- Martins, M. L., Oliveira, M. & Correia, M. L. (2013). La carte postale et la représentation des espaces public et intime. *Degrés - Revue de Synthèse à Orientation Sociologique*, 156, 157, 1-18. Retirado de <http://hdl.handle.net/1822/41140>
- Martins, M. L., Pires, H. & Oliveira, M. (2008). Dos postais ilustrados aos posts nos weblogues: para uma sócio-semiótica da imagem e do imaginário. In M. L. Martins & M. Pinto (Eds.), *Comunicação e Cidadania. Actas do 5º Congresso da SOPCOM* (pp. 2959-2969). Braga: CECS. Retirado de <http://hdl.handle.net/1822/9611>

- Martins, V. (2009). O humor nos postais ilustrados: o cómico como espelho histórico/social de Portugal nas primeiras três décadas do século XX. Dissertação de Mestrado em Ciências da Comunicação. Universidade do Minho, Braga, Portugal.
- Milne, E. (2010). *Letters, Postcards, Email. Technologies of Presence*. Nova Iorque: Routledge.
- Pereira, M. (2009). *Cultura à vista. O Postal Ilustrado como estratégia de promoção das Artes e da Cultura*. Dissertação de mestrado em Ciências da Comunicação, Universidade do Minho, Braga, Portugal. Retirado de <https://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/41013>
- Philips, T. (2000). *The postcard century, 2000 cards and their messages*. Londres: Thames and Hudson.
- Prochaska, D. & Mendelson, J. (2010). *Postcards, Ephemeral histories of modernity*. Pennsylvania: University Park, Penn State Press.
- Rego, S. (2009). Contributos do postal ilustrado para a história do free card. Dissertação de Mestrado em Ciências da Comunicação. Universidade do Minho, Braga, Portugal. Retirado de <http://hdl.handle.net/1822/41035>
- Rogan, B. (2005). *An entangled object: The Picture Postcard as Souvenir and Collectible, Exchange and Ritual Communication*. *Cultural Analysis*, 4, 1-27. Retirado de http://socrates.berkeley.edu/~caforum/volume4/vol4_article1.html
- Ventura, A. (2010). *Os Postais da Primeira República*. Lisboa: Tinta da China.
- Ventura, A. & Bravo, A. B. (2004). *O postal ilustrado de Portalegre no primeiro quartel do século XX*. Lisboa: Colibri.

REFERÊNCIAS ELETRÔNICAS

- Blogue do Projeto “Postais Ilustrados. Para uma sócio-semiótica da imagem e do imaginário”. Retirado de <http://postaisilustrados.blogspot.pt/>
- Postal a Postal, repositório de postais ilustrados, por região abrangida pelo Projeto “Postais Ilustrados. Para uma sócio-semiótica da imagem e do imaginário” (Braga, Viana do Castelo, Viseu, Bragança e Portalegre). Retirado de <http://www.postaisilustrados.uminho.pt/>
- Fundação de Serralves, evento “post me! Arte pelo correio”, Comissário: Guy Schraenen. Retirado de <http://www.serralves.pt/pt/actividades/post-me-arte-pelo-correio/>

OUTRAS REFERÊNCIAS

Entrevistas concedidas por António Ventura e José Martins Ferreira, em 2009, a Maria da Luz Correia, membro do projeto “Postais Ilustrados. Para uma sócio-semiótica da imagem e do imaginário”.

Gillen, J. & Hall, N. (2009). The Edwardian postcard: a revolutionary moment in rapid multimodal communications. Comunicação apresentada no British Educational Research Association Annual Conference, University of Manchester, 2-5 September.

Citação:

Martins, M. L. (2017). Os mundos de um postal. In M. L. Martins (Ed.), *Os postais ilustrados na vida da comunidade* (pp. 5-14). Braga: CECS.

1. TEMPO E NARRATIVA NO POSTAL ILUSTRADO

BERNARDO PINTO DE ALMEIDA

b.frey@clix.pt

FACULDADE DE BELAS ARTES, UNIVERSIDADE DO PORTO

O POSTAL ILUSTRADO E A MODERNIDADE

“A imagem existe para se poder conviver
com a violência de tais forças [da vida];
ela é a forma em que a vida se singulariza,
se torna visível e ‘humana’.”

J. Bragança de Miranda in *Corpo e Imagem* (2012)

O postal ilustrado nasceu como um efeito evidente da Modernidade.

Esta afirmação, aparentemente banal em si mesma, carece pois de uma melhor definição se quisermos aprofundá-la no plano mais extenso da sua significação. De facto, a Modernidade, ao menos do ponto de vista da técnica, reforçou o seu sentido com a invenção da fotografia. Mas que sentido era esse?

O sentido da Modernidade, aprofundado depois pelo Modernismo, nesse lapso histórico que decorre entre o início do século XIX – quer dizer desde o Romantismo alemão, que perseguiu o campo aberto pela revolução cartesiano-kantiana – e o imediato pós-guerra em 1945 – em que o própria lógica do Modernismo deu lugar a um novo campo epistemológico, marcado por dúvidas cada vez mais profundas, e para já insanáveis, em que repousa ainda a experiência contemporânea –, foi o da invenção de uma subjetividade outra.

Subjetividade esta que foi a meu ver essencialmente marcada pela compreensão do estético (ou, mais em geral, da estética) como expressão por excelência da consciência de haver um campo aberto, e continuamente expandido, em que se geram as subjetivações. Isto é, da construção da subjetividade a partir da noção, já não teleológica de haver um sentido anterior ao próprio sujeito – de que este seria um simples instrumento e a sua vida um reflexo –, como antes de que essa subjetividade decorre ao mesmo tempo da história e de uma experiência (dinâmica de si a si e de

si ao mundo), ela mesma histórica, que sistematicamente descentra o sujeito da ordem das suas referencialidades. E que nesse deslocamento o vai projetar num horizonte extensivo de a-referencialidade em que o próprio sentido da experiência (senão mesmo do mundo) constantemente vacila e se reencontra ameaçado pela contingência inevitavelmente gerada por essa mesma experiência e pela dinâmica dos seus processos.

Com efeito, o deslocamento operado na conceção do sujeito – primeiramente cartesiano e depois aprofundado por Kant (no Tratado do Sublime da *Terceira Crítica*) –, entendido como centro de uma experiência singularizada (estética a partir de Kant) que já não residiria na descoberta do objeto mas de uma descoberta operada em *si-mesmo* através da faculdade supra-sensível da imaginação, deslocou consigo igualmente essa experiência do plano da forma para o plano da expressão. Ou seja, para um plano em que a arte e a literatura foram perdendo progressivamente a sua dimensão re-presentativa para se recentrarem, cada vez mais nitidamente, sobre uma dimensão a-presentativa.

Não suscetível, então, de representar o próprio objeto, como antes as elaborações que, a partir dele, o sujeito opera em si mesmo sob a forma de uma experiência subjetiva que o transforma enquanto sujeito. Baudelaire disse-o claramente em *O pintor da vida moderna*:

a ideia que o homem faz do belo impregna todo o modo próprio de se arranjar, enrugando ou repuxando o seu vestuário, arredondando ou alongando o seu gesto, e penetra mesmo subtilmente, a longo prazo, nos traços do seu rosto. O homem acaba por se assemelhar àquilo que pretendeu ser. (Baudelaire, 2013, p. 852)

Nesta breve passagem, que no entanto leva já mais do que 150 anos, podemos compreender quanto esta nova experiência do mundo se constituiu como aquela que desenha os contornos de uma outra subjetividade em que se compreende o sentido de uma interatividade entre aquela e o espaço social e cultural em que se constroem as identidades singularizadas.

Se este é o sentido em que é possível compreender um novo paradigma subjetivo, e é a esse novo paradigma que propriamente vimos agora chamando a Modernidade, e como comecei por afirmar, ele só poderia ser acionado pelo facto de gerar novos dispositivos de comunicação, e uma vez que os que serviam a veicular as antigas formas se mostravam doravante obsoletos. Do mesmo modo, e correlativamente, ele só pôde surgir na medida em que foi acionado por novos modos de expressão – e por isso comecei por referir, no plano da técnica, a invenção da fotografia, como

elemento de reforço desses dispositivos – que requeriam uma nova capacidade perceptiva, suscetível de integrar o campo de possibilidades trazido por novas conquistas técnicas, científicas e mesmo materiais. Porque qualquer transformação operada a este nível requer, simultaneamente, uma transformação em ambos os campos: no âmbito perceptivo desde logo, mas também no âmbito das técnicas que só elas agenciam a possibilidade de expandir os campos da experiência subjetiva, nomeadamente no plano das relações que permitem amplificar, ampliando cada vez mais os campos perceptivos.

É neste contexto múltiplo que surgiu com o desenvolvimento das técnicas da impressão e, simultaneamente, com a invenção da fotografia, que o postal ilustrado apareceu como um sinal eufórico anunciador da Modernidade¹.

Na Paris do século XIX, e sua capital segundo a visão de Walter Benjamin (2002), a casa Nadar como a casa Reutlinger, com créditos firmados no campo da impressão fotográfica, para apenas citar dois exemplos, excederam-se em prodigiosas proezas da imaginação que serviam quer a criar um novo mercado de curiosidade e apetite popular, quer a experimentar (e assim a popularizar) novos modelos de comunicação. Desse modo também nos demais países europeus, em que, e desde muito cedo, os fotografos inundaram com milhares de postais impressos fotograficamente os habitantes e passantes graças a imagens que glorificavam quer as belezas naturais, quer as fantasias eróticas algo picantes que agradavam a uma nova clientela vocacionada para o lado mais pícaro da vida.

Este surto não iria parar até muito tarde no século XX. E se essas imagens passaram primeiramente pelas impressões diretas – que hoje se constituem como pequenos tesouros na febre de encontrar elementos de *memorabilia* por parte dos amadores e dos colecionadores, pelas requintadas impressões ainda realizadas através do recurso aos sais de prata, e elas hoje recorrem, ao menos desde os anos 30 do século XX, a outros processos técnicos de impressão, por *offset* ou outros modos de massificação reprodutiva, o facto é que os postais nos documentam, talvez muito melhor e mais eficazmente do que outras mais nobres e sofisticadas formas de arte, o que foi um gosto de época, tal como testemunhado e experimentado ao longo de mais de um século. Eles cumprem assim, em grande medida, aquela função que, no século XVIII era dada às gravuras de costumes, ou às justamente célebres imagens *d'Épinal*, que o mesmo Baudelaire referiu no texto citado acima como portadoras de um sentido documental que lhe fazia sentir o tempo passado com a vivacidade de quem o experimentasse de perto qual experiência próxima.

¹ Veja-se, neste sentido, Martins, Pires & Oliveira (2008).

Com efeito, mais do que nos quadros de época, onde o que detém a curiosidade do nosso olhar é, inevitavelmente, mais o sentido da proporção estética e a própria *imagem da pintura* do que aquilo que esta nos possa documentar quanto a uma dada época – e uma vez que já não conferimos à pintura esse crédito documental, que hoje depositamos preferencial senão exclusivamente na fotografia e no audiovisual, – somos capazes de ir encontrar na face impressa e multicolor de um dado postal, seja este o de um transatlântico ou o de uma frente de guerra, de um avião ou de uma jovem a aflorar a sua nudez, de uma *pin-up* ou de uma vista aérea de uma cidade distante, esse charme particular de uma época, a sua graça, numa palavra o seu *wit*, isto é, a presença dos traços longínquos, e no entanto ainda quase tangíveis na sua impressão, de uma dada *forma do tempo*. Apesar deste ser já passado e, quantas vezes, muito anterior à nossa própria vida, e precisamente porque eles nos transportam para o domínio infinitamente aberto da imagem.

E o que acresce ainda, nesse folhear quase distraído feito no encontro fortuito e solitário de uma casa em que se joga no mercado de postais antigos, que os colecionadores hoje disputam a par do que outros fazem com os livros raros – e não por acaso os vamos encontrar também nas bancas dos alfarrabistas –, é uma memória de época cujo sentido se reforça com os textos que, no seu verso, nos testemunham relações que espreitamos quais *voyeurs*, surpreendendo uma qualquer cena íntima.

É assim que naqueles caracteres apressados ou serenos, abruptos ou longilíneos, cursivos ou desordenados, nervosos ou infantis das suas secretas caligrafias, tal como depois na construção sintática, ou mais propriamente no que alguém um dia ali deixou escrito, surpreendemos os sinais esparsos de uma vida, suspensa daquele breve objeto, mas titilando ainda a nossa numa frágil relação de encontro, semelhante ao que se poderia fazer em algum lugar ao acaso com alguém que nos deixasse surpreender a contemplação da sua própria vida.

Diria que o postal ilustrado é, na sua natureza mais profunda, da mesma ordem que a escrita proustiana. Ele põe-nos de imediato na dimensão de surpreender um qualquer *tempo perdido* que infinitamente se tivesse suspenso como se esperasse apenas que viéssemos a abri-lo e surpreendê-lo na enigmática complexidade das suas imensas dobras. Porque ele nos traz justamente à presença e à dimensão do reencontrado, aquilo que são os vestígios visíveis de um tempo para sempre perdido².

² Ver Moisés de Lemos Martins (2007, p. 6) sobre a progressiva substituição de figuras planas, como as de projeto, promessa, historicidade e finalidade, que na Modernidade identificam o humano, pelas

Há pois uma melancolia, também ela eivada de evocações da Modernidade (uma espécie de *spleen*, portanto) que nos chega através dos postais ilustrados que surpreendemos ao acaso nesses mercados em que se albergam, transitórios. Essa medida de melancolia decorre do seu *wit* mas, também, do facto de eles deslocarem, fragmentariamente, uma imagem de um tempo que foi histórico e que, como tal, teve a sua própria circunstância, para uma espécie de atemporalidade que aparece como se fosse um denso oceano em que para sempre naufragaram. Essa dimensão náufraga, de despojos para sempre vogando no tempo, que os torna também para sempre condenados a jamais reencontrar uma totalidade que finalmente lhes permitisse o repouso de uma qualquer ordenação, é precisamente o que inscreve de um sentido melancólico a contemplação de um qualquer postal ilustrado que alguém tenha enviado a outrém e sobre o qual o nosso olhar recai³.

E isso é o que advém da confluência, sobre o seu registo, de um dado tempo em si mesmo histórico – a imagem do que, para sempre, se constitui como um *isto foi* –, compreensível portanto como tal, e de um tempo *an-histórico* do testemunho particular de um anónimo *ser-qualquer* (Agamben, 1993) que antes o escreveu e que assim nele registou e inscreveu o ínfimo sinal da sua ínfima vida, mas que desde esse anonimato nos interroga. Frágil sinal de uma dada relação de que apenas conhecemos aquele registo breve, como o de uma comunicação cujo contexto mais geral nos escapará para sempre por muito que possamos ir surpreendê-la naquilo que esse alguém ali deixou escrito como testemunho fugaz de uma vida cujo contorno biográfico (mas sobretudo histórico) desconhecemos em absoluto, e que nos interroga a partir dessa enigmática dimensão de um tempo suspenso.

É esse confluir do particular no geral e, ainda mais profundamente, do imaginário no real, o que impregna de um sentido de perda irreparável qualquer postal ilustrado. Vestígio de um tempo que foi, e que para sempre *já foi*, por isso mesmo sendo irreparável, ele jamais se poderá fixar em qualquer outra temporalidade subsequente. Perdido dos arquivos da família – onde poderia ainda ganhar uma réstia de sentido por se fazer sinal da memória longínqua (e já assim proustiana) de um avô ou de uma mãe, ou

figuras côncavas da dobra, prega, requebro e fractal, uma melancolia, onde também permanecem evocações da Modernidade, pela declinação da temática do fim, seja do fim da história e da verdade, seja do fim do simbólico e da mediação.

³ Sobre a dimensão náufraga, de despojos para sempre vogando no tempo, ou seja, sobre a melancolia contemporânea, Moisés de Lemos Martins escreveu em 2011 *Crise no castelo da cultura. Das estrelas para os ecrãs*.

de uma qualquer amizade –, ele vogará sem fim na sua dimensão de fragmento na voragem de um tempo que permanece aos nossos olhos como aquele que para sempre foi perdido.

Ao contrário daquelas correspondências, todas muito bem reunidas, que os escritores tantas vezes deixaram e que nos comunicam o sentido, por vezes escondido apenas nelas como testemunho de confidencialidade que uma dada vida, ainda reconhecível como tal por se referir a alguém que identificamos, quis tomar – a correspondência de Hemingway, de Nabokov ou de Pessoa –, e que podemos ler (espreitar) como continuação de uma obra no seu registo mais biográfico, os postais ilustrados em cujo verso alguém deixou escrita uma mensagem, seja esta de amor ou de lembrança, de amizade ou de comemoração, remetem incessantemente para um anonimato que só poderemos surpreender na sua imensa fragilidade, no seu *pathos*, enfim na sua ínfima medida de humanidade. Porque quem os escreveu jamais se lembrou, no ato mesmo de os escrever (ou nem os teria provavelmente escrito), de que um dia poderiam ser lidos por outrém a quem jamais se dirigiram, esmiuçados por uma curiosidade a que no entanto resistem e que não lhes decifra o enigma que qualquer vida contém e que jamais se escreve ou testemunha por inteiro.

Também por isso eles pertencem tanto ao campo expandido da Modernidade. Porque conservam, registam, veiculam, sem no entanto terem um caráter de *documento* (com todo o peso histórico que o termo ganhou desde os *Annales*), um sentido da fragmentação análogo àquele que, na sua temporalidade própria, caracterizou a dita Modernidade como época histórica e estética diferenciada. Justamente porque neles perpassa algo da ordem daquilo que Baudelaire (2013, p. 853) designou, igualmente, e a propósito das gravuras coloridas do século XVIII, como “o contributo para esse imenso dicionário da vida moderna disseminado nas bibliotecas, nas pastas dos amadores e por detrás das montras das lojas mais vulgares”.

Porque a verdade que não podemos deixar de tomar aqui em conta é que a Modernidade, na sua complexa rede, não se reduz ao mito modernista da inovação e da vanguarda, tal como a designação tornada célebre pelo ensaio de Rosalind Krauss (1985). Ela é, também, senão mesmo propriamente, no âmago da sua natureza mais profunda, o momento histórico da irrupção do banal no próprio coração do extraordinário, e vice-versa.

Essa irrupção do banal no seio do extraordinário, ou do *kitsch*, tomado como democratização do sublime, de que nos falou já Remo Guidieri (1992) em *Cargo*, e a correlativa explosão do extraordinário no próprio coração do banal, que ascende constantemente em todo o processo da

Modernidade – do Romantismo e de William Blake a Poe e destes a Barbey d’Aurevilly ou a Félicien Rops – reencontramo-la, singelamente expressa, em toda a estética errática, dinâmica, disseminadora, comunicante, do postal ilustrado. Porque de facto há um *kitsch* da modéstia comunicante no postal ilustrado, que democratiza a imagem e a torna num quase *ersatz* do original, uma espécie de efeito aurático, para retomar a terminologia de Benjamin (1982/2002). Como se processa isto?

O postal ilustrado na sua mitologia pobre, quando enviado, torna-se sinal da presença de quem o envia num dado lugar. Algo da ordem de um dizer “não posso enviar-te a cidade em que estou, mas posso enviar-te imagens dela...” parece sussurrar na condição comunicante do postal ilustrado, sob uma vista de Paris, Londres, S. Petersburgo.

Tal como sob a imagem colorida e ingénua de alguém vestido de um traje regional parece palpitar uma súbita autenticidade camponesa, ancestral e densa, ou debaixo da imagem de uma basílica distante o sentimento difuso e comunicante de uma religiosidade partilhada (*religere*). Pela imagem saturada e normalmente simples que me traz até casa o postal ilustrado, partilho com um amigo ou um familiar distante uma vista de Helsínquia ou de Magdeburgo, de Constantinopla ou de Kyoto, de Wisconsin ou de Phnom Pen, onde jamais estive, mas cuja realidade se torna quase tangível, porque esse alguém a quem posso tocar, ali passou, como se por mim. O postal ilustrado fixa, assim, um plano da intimidade comunicante⁴.

Ora é precisamente essa imensa dimensão comunicante um outro aspeto que amplia o âmbito, por assim dizer, modernizante do postal ilustrado. Na sua comunicação prenhe de um cosmopolitismo pobre – um milionário adquiriria um original, com que regressaria glorioso, jamais enviaria apenas uma mera reprodução – o postal ilustrado ilustra, tal como o nome desde logo o indica, um novo tipo de relação entre palavra e imagem.

E se essa relação entre palavra e imagem foi constitutiva da Modernidade como forma estética – com a irrupção da imagem no texto, de Poe a Baudelaire, deste a Rimbaud e a Mallarmé, ou a Appolinaire, ou do texto na imagem, como se viu em todo o surto modernista, ao menos do Cubismo em diante –, na sua forma singela o postal ilustrado transporta, de um modo cuja simplicidade amplia a sua eficácia, essa relação, deixando a cada um o encontrar a imagem que mais se adequa à comunicação que pretende estabelecer com aquele a quem o envia. Comunicação essa que depois suporta, no verso da imagem, a mensagem escrita que, como uma legenda, haverá de reforçar a carga comunicante contida já na própria imagem.

⁴ Sobre a relação entre público e íntimo, na representação destes espaços pelo postal ilustrado, ver o artigo de Martins, Oliveira e Correia (2013).

Hoje, a prática de envio dos postais ilustrados decresceu imensamente. E às vistas das cidades, aos ambientes cheios de exotismo, aos costumes populares que da África à Rússia se documentavam na imagem com uma precisão ingénuo, ou às mulheres de oitocentos que em um simples mostrar do tornozelo logo transpiravam um erotismo casto, foram-se substituindo as imagens reprodutivas das obras de arte, contidas nos museus deste mundo. As lojas dos museus vendem-nos, no seu *merchandising* eficaz, de novos e cada vez mais potentes museus imaginários, as imagens que nos transportam a visitar os seus tesouros, sejam eles as Nefertitis do Museu do Cairo ou os Van Eyck da National Gallery de Londres.

E sob esse novo estatuto difuso de transformar tudo em objeto de cultura que as indústrias culturais que caracterizam a época contemporânea nos prometem, os jovens regressam das suas viagens de estudo com reproduções de Klimt ou de Matisse, os namorados escrevem por detrás de uma reprodução de “O beijo” de Rodin as suas mensagens de sentimentalismo inflamado, ou os amantes enviam de longe a reprodução de um desenho de Egon Schiele, para espezinhar a saudosa memória erótica daquele que está ausente. O que corresponde, de facto, a um novo paradigma dos hábitos culturais. E uma vez que a televisão trouxe as imagens das cidades ou fornece estímulo que chegue à imaginação erótica. Tal como a disseminação a baixo custo das câmaras digitais e o uso cada vez mais popular dos computadores portáteis ou dos ciber-cafés autorizam o envio rápido dessas mensagens por *e-mail*.

E nesse horizonte pós-moderno o envio do postal ilustrado já dificilmente poderá competir e encontrar o seu lugar a menos que testemunhe desse difuso sentido cultural que impregna a visita aos museus, que cada um vai fazendo nas suas deslocações. Imagens de imagens, os postais na nossa era da hiper-reprodutibilidade técnica deixaram de reproduzir o real para reproduzir, cada vez mais, os signos desse gosto pelo cultural que faz a fortuna das lojas dos museus do mundo.

E desses errantes destinos exóticos de onde chegavam as inesperadas notícias ilustradas de um amigo distante, ou desses transatlânticos cujas imagens um parente longínquo nos enviava de uma qualquer escala em Timbuctu, Nice ou Miami, que guardávamos como imagens preciosas e tangíveis, na densidade e na espessura do seu mistério, passamos antes a colecionar, qual Atlas de Aby Warburg, os esparsos fragmentos de uma outra narrativa – a da história da arte – que nos reporta assim mesmo a memória distante dos que se ausentaram, é certo, mas cada vez menos ao imaginário das viagens, dos lugares, cores, cheiros, breves alucinações, a que esses velhos postais ilustrados subtilmente nos iam transportando.

Sentados diante da TV, vamos fazendo *zappings* que nos conduzem, sem sair do conforto do lar, aos mais remotos destinos. E nessa nova comodidade já ninguém perde tempo a escrever-nos...

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Agamben, G. (1993). *A comunidade que vem*. Lisboa: Editorial Presença.
- Baudelaire, C. (2013). *O pintor da vida moderna*. Lisboa: Nova Vega.
- Benjamin, W. (1982/2002). *Paris capitale du XIXe siècle. Le livre des passages*. Paris: PUF.
- Guidieri, R. (1992). *Cargo*. Nápoles: Guida Editori.
- Krauss, R. (1985). *The Originality of the Avant-Garde and Other Modernist Myths*. Nova Iorque: MYT.
- Martins, M. L. (2007). Nota introdutória. A época e as suas ideias. *Comunicação e Sociedade*, 12, 5-7. Retirado de <http://hdl.handle.net/1822/24115>
- Martins, M. L. (2011). *Crise no castelo da cultura. Das estrelas para os ecrãs*. Coimbra: Grácio.
- Martins, M. L., Oliveira, M. & Correia, M. L. (2013). La carte postale et la représentation des espaces public et intime. *Degrés – Revue de Synthèse à Orientation Semiologique*, 156-157, 1-18. Retirado de <http://hdl.handle.net/1822/29167>
- Martins, M. L., Pires, H. & Oliveira, M. (2008). Dos postais ilustrados aos *posts* nos weblogues: para uma sócio-semiótica da imagem e do imaginário. In M. L. Martins & M. Pinto (Eds.), *Comunicação e Cidadania. Actas do 5º Congresso da SOPCOM* (pp. 2959-2969). Braga: Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade. Retirado de <http://hdl.handle.net/1822/9611>
- Miranda, J. B. (2012). *Corpo e imagem*. Lisboa: Nova Vega.

Citação:

Almeida, B. P. (2017). O postal ilustrado e a modernidade. In M. L. Martins (Ed.), *Os postais ilustrados na vida da comunidade* (pp. 17-25). Braga: CECS.

MOISÉS DE LEMOS MARTINS

moisesm@ics.uminho.pt; moiseslmartins@gmail.com

CENTRO DE ESTUDOS DE COMUNICAÇÃO E SOCIEDADE
(CECS), UNIVERSIDADE DO MINHO

OS POSTAIS ILUSTRADOS E O CONTEMPORÂNEO

O POSTAL NA ERA DA TÉCNICA

O postal ilustrado teve no início do século XX um forte impacto no sistema de correspondência, tendo funcionado inclusive como a atual chamada telefónica (Philips, 2000; Staff, 1966), ou como os mais recentes SMS e o correio eletrónico (Martins & Oliveira, 2011b, p. 3). Numa perspetiva igualmente histórica e estendendo esta leitura a instrumentos mais recentes de comunicação, podemos dizer que o postal é, também, um precursor dos blogues e dos *eCards*, sendo um antecessor da própria comunicação multimédia (Correia, 2008; Correia & Martins 2011; Martins & Correia, 2014). Tecnologia de presença, no dizer de Esther Milne (2010), o postal ilustrado é, com efeito, um dos recursos que permitem sustentar que a relação entre os velhos e os novos sistemas de comunicação é mais complexa do que se perceberá pela atual teoria dos média.

A relevância histórica do postal ultrapassa, no entanto, os seus efeitos em termos de comunicação interpessoal. Na verdade, mais do que meio de difusão de mensagens breves e muito para além da revolução postal que representou, o bilhete-postal foi particularmente significativo pelas imagens que fixou, da publicidade às artes, passando pelas paisagens turísticas e pelo registo propagandístico. Com efeito,

a simplicidade técnica do postal, a sua vocação para a circulação e a sua acessibilidade económica eram bem as propriedades convenientes à emergente estratégia publicitária que depressa encontrou no postal uma solução eficaz e de baixo custo para a difusão das imagens de marca, que hoje se prolonga nos chamados *free cards*. (Martins & Oliveira, 2011b, p. 6)

Por outro lado, e na perspetiva de uma história alargada das artes visuais em geral no século XX, não podemos deixar de salientar que as

máquinas de propaganda política forçaram o postal a servir interesses ideológicos, o que muito contribuiu para a sua constituição como importante repositório visual de uma dada cultura. Assim aconteceu com o contributo dos postais ilustrados, especificamente editados para assinalar a Exposição do Mundo Português, realizada em Lisboa em 1940. O tipo de imagens registadas nestes cartões postais coincidiu com o propósito de exibir a nação portuguesa como um “país-aldeia-rural”, todavia com “sonhos de caravelas”, um país, afinal, bem maior do que as suas fronteiras terrestres na Península Ibérica, “um país imperial”, com uma pátria, “una, multirracial e pluricontinental” (Martins, Oliveira & Bandeira, 2011; Martins & Oliveira, 2011b, pp. 6-7)¹.

Mas esta ligação da arte postal à propaganda ideológica não é um exclusivo português. Existem estudos que dão conta da utilização ideológica do postal, em Inglaterra, para fins propagandísticos (por exemplo, Klamkin, 1974), assim como em França, onde o postal foi utilizado para a divulgação do imaginário colonial francês. Em exposições coloniais, realizadas desde o último quartel do século XIX até à década de 30 do século XX, foram exibidos “tipos humanos”, oriundos das colónias em África, que delas fizeram autênticos zoos humanos (Bancel, Blanchard, Boëtsch, Deroo & Lemaire, 2002; Pairault, 2003).

Meio de comunicação, objeto colecionável, *souvenir* ou objeto estético (Rogan, 2005), o postal está ainda hoje profundamente ligado à natureza urbana das cidades, à patrimonialização (Bandeira, 2011a, 2011b), e sobretudo no que nelas há de potencialmente cativante para os turistas, dada a estreita conexão da imagem postal com a paisagem.

Produzido nos termos que interessam às chamadas “indústrias da sedução” (Martins, 2002, p. 184), o postal é ao mesmo tempo produto e produtor de um tempo vocacionado para o espetáculo cultural. Conotado com as atividades de lazer, como a fotografia que o ilustra ou a escrita que o preenche, o postal é, ainda, uma das chaves essenciais para a compreensão do olhar, isto é, para a compreensão da identidade, das representações e da organização da cultura moderna.

O postal ilustrado tradicional trouxe, pois, a novidade de unir intrinsecamente a imagem a uma função epistolar. Por essa razão, seria o

¹ A projeção da ideia de um país que era um puro passado, um país antigo, cristão, tradicional e humilde, feito de temperamento rural e, paradoxalmente, herdeiro de um destino colonial e de uma missão civilizadora, foi apregoado por Portugal inteiro, a partir dos anos trinta do século passado. E foi-o, particularmente, em Viana do Castelo, que, na Romaria da Senhora da Agonia, se exibia perante a nação como a sua metáfora, e simultaneamente como a sua metonímia. Nas paradas folclóricas, etnográficas e históricas, em cortejo pelas ruas ou em desfile em cima dos palcos, Viana era então o país. Ver, a este propósito, Martins, Gonçalves e Pires (2000).

seu conjunto que significaria sempre. Existindo ou não a presença de uma mensagem manuscrita, o postal não nos apresentaria a separação entre a frente e o verso. Mesmo no caso de termos juntos uma imagem e um texto impresso, a função do texto cingir-se-ia a contextualizar a imagem. É exatamente assim que pensa Jacques Derrida:

aquilo que mais me agrada no postal ilustrado é que não sabemos distinguir a frente do verso, o aqui e o ali, o perto e o longe, (...) Nem o que tem mais interesse, se a imagem se o texto, e no texto, se a mensagem se a legenda se o endereço. (Derrida, 1980, p. 17)

Nessa medida, se o postal ilustrado encontra no advento dos meios técnicos de reprodutibilidade da imagem, como a litografia e a fotografia, condições para a intensificação da produção, circulação e consumo de imagens, também instaura novas formas de interação e expressão verbal, pela sua brevidade, rapidez e efeito (Correia, 2008, 2010)².

O postal ilustrado é, pois, um precursor, como assinalámos, dos atuais postais eletrónicos e tem características que o aproximam de outras formas rápidas de comunicação, desenvolvidas a partir das tecnologias digitais, remetendo-nos para uma genealogia das atuais teias simbólicas amplamente partilhadas pela comunicação tecnicamente mediada. Mas, em simultâneo, com a fragmentação das grandes narrativas (religiosas, políticas, estéticas), que organizavam o humano, o postal dá-nos mitopoéticas individuais, e mesmo organizacionais, enfim, jogos de linguagem e de imagem efémeros, onde investimos sentimentos e emoções, tanto individuais como coletivos. Com efeito, o quotidiano humano contemporâneo já não é organizado por grandes sistemas de pensamento, mas por pequenas narrativas (mitopoéticas), que pontuam a vida e recompõem o seu sentido, reconfigurando a nossa identidade, em constante fragmentação.

Podemos dizer, então, que a cultura, toda ela, é hoje cada vez mais “postalizada” (Birnbbaum, 1997), ao ser colocada *online*, através das redes sociotécnicas. O postal constitui, é verdade, uma arqueologia deste processo contemporâneo, em que qualquer um é simultaneamente produtor e consumidor de narrativas, e não apenas recetor de um sentido dado. Servindo para dar a ver e constituindo-se simultaneamente como álbum privatizado da cena pública, a imagem da face dos postais é, por esta razão, uma inextinguível fonte de investigação, quer do fenómeno semiótico

² Deste modo, estendemos ao postal ilustrado a leitura que Walter Benjamin (1936/1992) faz das obras de arte, “na era da sua reprodutibilidade técnica”.

da imagem em si mesmo, quer dos processos técnicos de comunicação e reprodutibilidade da imagem, ou da dinamização cultural de uma determinada sociedade. Mas não é de menor importância a semiose do verso do postal, que para além de ser um meio de comunicação interpessoal é um campo de intervenção e produção de narrativas, potencialidade que hoje vemos amplificada pelas tecnologias digitais de comunicação, que dão visibilidade, de igual modo, a uma pluralidade de pequenas histórias.

O ponto de vista sustentado por Jacques Derrida e por nós assinalado, em longa glosa, pode, todavia, ser questionado. Podemos perguntar-nos se, porventura, em finais do século XIX, a dimensão icónica do suporte de correspondência não se terá imposto rapidamente, com a imagem a invadir a face do postal e a atirar o texto para o verso, remetendo-o a uma posição meramente subalterna³.

Podemos referir, com efeito, um conjunto de pontos de convergência entre o postal ilustrado e a paisagem visual e social contemporânea. Os postais ilustrados integram o movimento que desde meados do século XIX tem concorrido para a concretização das artes visuais como campo teórico, através da fotografia, cinema, televisão, vídeo, banda desenhada, publicidade, *design* gráfico, pintura, *videoclips*, imagem nos blogues e imagem digital. São uma realidade contemporânea da máquina fotográfica, e também um fenómeno de massas. Neste sentido, os bilhetes-postais constituem uma prefiguração da era “das máquinas e das massas”, que é o modo como Ernst Jünger, em 1930, define o século XIX (Jünger, 1990, p. 108).

Como referem Clément Chéroux e Ute Eskildsen (2008, p. 10), pela utilização das técnicas fotográficas da “dupla exposição, deformação ótica e montagem”, o postal, que é muitas vezes uma mera “fotografia com um selo”, associa dois tipos de fascínio, o da iconografia popular e o da imagem fotográfica. Funcionando ludicamente sobre a surpresa visual, o postal é, além disso, “um suporte que oferece à fotografia uma difusão de massas”, alguns anos antes de a imprensa ou o livro ilustrado o virem a fazer (Chéroux & Eskildsen, 2008, p. 10).

O ponto de vista com que encaramos os postais ilustrados tornou possível que os pudéssemos considerar como fragmentos visuais da memória coletiva. Com efeito, os postais ilustrados sintetizam, num retângulo de cartão, ou então num retângulo digital, experiências de passagens e travessias (muitas vezes, também de permanências) na vida dos indivíduos

³ É este, aliás, o nosso entendimento. A revolução ótica do século XIX, que se estende da máquina fotográfica ao computador, depressa deslocou o Ocidente da palavra para a imagem, das ideias para as emoções, do sentido analógico para o sentido autotélico. Ver Martins (2011).

e das comunidades humanas⁴. A análise de postais ilustrados, que é um meio de comunicação aparentemente marginal, permite-nos interrogar a constituição do contemporâneo como um espaço de visualidades assistidas e formuladas pela técnica, desde a máquina fotográfica ao computador. Interrogar, todavia, a constituição do olhar na idade da técnica, significa encarar os aparelhos óticos como dispositivos de controlo, que anunciam a problematização da identidade do sujeito e a perda do referente, sendo neles formalizada a quebra da fronteira com o real, numa crescente valorização da manipulação e da simulação (Benjamin, 1936/1992; Heidegger, 1954; Martins, 2010, 2015a). Os postais ilustrados são, por outro lado, uma concretização da “febre do arquivo” de que fala Derrida (1995, p. 26, 142). O seu manuseamento pelos dispositivos óticos impõe uma revisão dos conceitos de autoria, cópia e (in)diferença, uma perspectiva que foi explorada pelas vanguardas do século XX, ao projetarem uma nova condição para as práticas artísticas contemporâneas, interessadas na reflexão e na definição de estratégias de apropriação que se posicionem como reação contra esta ocupação excessiva do olhar pela imagem⁵.

O POSTAL E O FIM DO REGIME DA ANALOGIA

Dado o facto de os postais circularem como um meio de comunicação de difusão massiva, consideramos a sua influência e importância na construção de um olhar sobre os lugares e sobre as gentes neles representados, assim como sobre o seu poder de fixar fragmentos de mundo no campo do visível, sobretudo porque as imagens presentes nos postais não são aleatórias. Em certos casos, são a fixação num cliché da traça de uma cidade, ou então de um dos seus motivos: monumento, rua, miradouro, paisagem, uso e costume. Mas podem ser, também, comemorações de

⁴ Foi, neste sentido, que foi realizada a antologia *Portugal Ilustrado em Postais*, uma coletânea de brochuras, uma genérica e cinco específicas, com postais das cidades de Braga, Bragança, Portalegre, Viana do Castelo e Viseu (Martins & Oliveira, 2011a).

Foi, neste sentido, também, que foi realizado um estudo do imaginário do Estado Novo salazarista, a partir de um conjunto de postais ilustrados sobre a Exposição do Mundo Português, realizada em Lisboa, em 1940 (Martins, Oliveira & Bandeira, 2011).

⁵ Este ponto de vista dialoga com teorias da significação, que valorizam o som na construção do sentido na contemporaneidade. Veja-se, por exemplo, Coelho (2015) e Martins (2015b). Como alertou Michel Chion (1994, p. xxvi), “não vemos a mesma coisa quando ouvimos, e não ouvimos a mesma coisa quando vemos”.

Sobre a centralidade do som no entendimento da contemporaneidade, propondo uma teoria semiótica que privilegia o escutar por relação ao ver, Rui Coelho defendeu em 2015, na Universidade do Minho, uma tese de doutoramento em Ciências da Comunicação, intitulada: *O meu ponto de vista é uma escuta. O poder do som nos filmes de Manoel de Oliveira*.

factos e personalidades com densidade histórica, local ou nacional. Ou ainda, podem constituir o reflexo das vivências insignificantes do quotidiano: trivialidades, curiosidades, emoções.

No entanto, a verdade de um postal ilustrado não pode cingir-se ao enquadramento estrito que o regime da analogia lhe possa proporcionar. Até ao Iluminismo e ao Romantismo, que são as duas tonalidades do contemporâneo (uma tonalidade maior e uma tonalidade menor), fomos governados por imagens simbólicas – imagens que nos reuniam e unificavam. De então para cá, passámos a ser governados por imagens separadas e singulares, imagens que exprimem a multiplicidade e a separação. E tanto a multiplicidade como a separação significam que no século XIX forçámos o rompimento com a teoria da analogia e da correspondência e que estabilizámos em torno de imagens profanas e dessacralizadas. Quer isto dizer que as imagens se tornaram relativas a acontecimentos do quotidiano (imagens evenemenciais), e que deixaram de remeter para a essência de uma origem fundadora, para o ato de um criador e para a aura de imagens únicas e irrepetíveis (imagens essenciais). Esta deslocação é uma consequência direta da revolução ótica, iniciada, como referi, em meados do século XIX, com a invenção da máquina fotográfica, e consumada na segunda metade do século XX, com a irrupção do computador⁶.

O postal é contemporâneo deste movimento tecnológico, social e cultural. Objeto reproduzido e singular, incorporando diversos discursos e recursos, é em simultâneo um meio de comunicação interpessoal, um instrumento de difusão e de publicidade, associado às indústrias culturais, um objeto de consumo e um objeto de coleção. Quer dizer, objeto apropriado pelos indivíduos e pelas famílias, que dele fizeram rotina obrigatória das suas deambulações excursionistas, o postal passou, com o tempo, a ser também apropriado pela arte, e igualmente por toda a espécie de desígnio antropológico, museológico, arquivístico, propagandístico e publicitário, turístico e comercial, segundo estratégias muito diversas.

Souvenir e objeto indissociável da indústria das viagens, o postal permitiu juntar a esse “caleidoscópio ilusório do turismo” (Augé, 1997, p. 14) as imagens da arte, venham elas da fotografia, do cinema, das artes plásticas ou da arquitetura. Com efeito, desde o seu aparecimento no século XIX que o postal, devido às imagens que circulam na sua face, estabeleceu um forte parentesco com os “objetos culturais”. Meio de difusão das artes

⁶ Sobre este processo de rompimento, no Ocidente, com a teoria da analogia e da correspondência, assim como sobre a subsequente estabilização da cultura em torno de imagens profanas e dessacralizadas, consultar *Crise no Castelo da Cultura. Das Estrelas para os Ecrãs* (Martins, 2011).

plásticas, da arquitetura e da fotografia em geral e instrumento publicitário privilegiado das indústrias culturais no seu formato de *free card*, o postal esteve desde sempre colocado nesse limite ténue da “difusão de massa” (Arendt, 1972, p. 266) e da democratização dos objetos culturais, por um lado, e da ameaça da destruição destes objetos pela sua assimilação ao mercado do entretenimento e do consumo, por outro.

O POSTAL COMO OBJETO CULTURAL E ARTÍSTICO

Aconteceu, entretanto, que o postal abandonou há quase um século a sua idade de ouro e foi perdendo progressivamente a sua função de meio de comunicação interpessoal, de documento de correio. Mas, continua a ser produzido, através de processos tecnológicos, cada vez mais sofisticados e económicos. Continua a ser publicado, vendido, colecionado, esperando-nos, imóvel, nas lojas de turismo, nos novos *stands* de *free cards*, nos escaparates dos museus, das livrarias, nos *sites* de venda *online*. Aliás, a prova evidente da recuperação do postal no contexto comunicativo atual é o aparecimento dos *free cards*, ao lado dos *flyers*, *mouppies*, *outdoors* e de toda a parafernália publicitária em que está mergulhado o nosso quotidiano.

A venda de postais, com reproduções de obras de arte antigas e contemporâneas, nos museus, nas livrarias e nas lojas de turismo, corresponde a um outro caminho da contínua atualização do postal. A venda *online* de postais em *sites* como o Ebay, o Delcamp Auctions, o Multicollect.com, ou as trocas entre os membros da comunidade internacional Postcrossing são outros exemplos de novas e complementares utilizações deste meio de comunicação. A este propósito, o projeto de arte contemporânea Post-Secret, do norte-americano Frank Warren, trabalha, precisamente, sobre a possibilidade de cruzar o postal, e os seus singulares aspetos, com ferramentas do ciberespaço, como os weblogues. Com edição económica e cada vez mais simplificada pelas técnicas da imagem digital, o bilhete-postal é hoje, tanto quanto o foi ontem, um prático e atrativo meio *bellow-the-line* para a publicidade em geral e, muito particularmente, para a promoção das indústrias culturais.

O princípio constitutivo do postal, que assenta no cruzamento de uma mensagem singular e original com uma mensagem massiva e reproduzida, é a ilustração e a metáfora perfeita do diálogo que foi sendo estabelecido entre a história da arte e a história do postal ilustrado, desde os primeiros anos do século XX até aos dias de hoje. Não é por acaso que Gombrich, ao escrever no século XX uma história da arte, se refere a uma

obra como a Mona Lisa, fazendo alusão à desmesurada repetição da obra de Da Vinci, levada a cabo pelo postal ilustrado: “estamos de tal maneira habituados a encontrá-la [trata-se de Mona Lisa] em formato de bilhete-postal, mesmo na publicidade, que é com dificuldade que olhamos para ela de um modo diferente, como a obra de um homem que fez o retrato de uma modelo de carne e osso” (Gombrich, 2006, p. 227).

Ao acrescentar uma última nota sobre o diálogo que a história da arte estabeleceu com o postal ilustrado, ao longo do século XX, gostaria de assinalar a sedução que ele exerceu sobre um artista como Marcel Duchamp. Com efeito, o seu “Rendez vous dimanche 6 février 1916 (à 1h $\frac{3}{4}$ de 1^m après-midi)” viria a ser considerado o precursor da *mail art*, uma prática que atingiu o auge nos anos 60, nos Estados Unidos, e que envolveu artistas como Ray Johnson, Gianfranco Baruchello, Ken Friedman, On Kawara.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Arendt, H. (1972). *Entre o passado e o futuro*. São Paulo: Perspectiva.
- Augé, M. (1997). *Le tourisme et ses images*. Paris: Payot & Rivages.
- Bancel, N., Blanchard, P., Boëtsch, G., Deroo, E. & Lemaire, S. (Eds.) (2002). *Zoos humains. Au temps des exhibitions humaines*. Paris: Éditions La Découverte.
- Bandeira, M. (2011a). Memória e paisagem urbana: a construção da imagem patrimonial de Braga desde os acervos ilustrados e fotográficos de referência. In M. L. Martins, J. M. de Bragança, M. Oliveira & J. Godinho (Eds.), *Imagem e pensamento* (pp. 211-236). Coimbra: Grácio Editor.
- Bandeira, M. (2011b). A paisagem urbana através dos postais ilustrados: os ‘cheios’ e os ‘vazios’ da imagem identitária de Braga. Brochura. In M. L. Martins & M. Oliveira (Eds.), *Portugal Ilustrado em Postais – Braga, Bragança, Portalegre, Viana do Castelo, Viseu*. Braga: CECS.
- Birnbaum, A. (1997). Transmission d’images: éloge de la carte postale. In *Tradition, transmission, enseignement: une relecture de la modernité par Walter Benjamin* (pp. 57-69). Strasbourg: École des Arts Décoratifs, Colloque organisé par l’École des Arts Décoratifs de Strasbourg, le 10 Mai 1995.
- Benjamin, W. (1936/1992). A obra de arte na era da sua reprodutibilidade técnica. In *Sobre arte, técnica, linguagem e política* (pp. 71-110). Lisboa: Relógio D’Água.
- Chéroux, C. & Eskildsen, U. (2008). *La photographie timbrée. L’inventivité de la carte postale photographique*. Paris: Jeu de Paume.

- Chion, M. (1994). *Audio-vision: sound on screen*. Nova Iorque: Columbia University Press.
- Coelho, R. (2015). *O meu ponto de vista é uma escuta. O poder do som nos filmes de Manoel de Oliveira*. Tese de Doutoramento em Ciências da Comunicação. Universidade do Minho, Braga, Portugal.
- Correia, M. L. (2008). O postal ilustrado da frente ao verso: imagens mais que reproduzíveis. *Logos*, 29, 117-128. Retirado de <http://www.logos.uerj.br/PDFS/29/11MARIALUZCORREIA.pdf>
- Correia, M. L. (2010). Cartes Postales: dialogues brefs, images mineures. *Latitudes: Cahiers Lusophones*, 37, 43-49.
- Correia, M. L. & Martins, M. L. (2011). O postal ilustrado e a modernidade: memória, imagem e técnica. In M. L. Martins, J. M. de Bragança, M. Oliveira & J. Godinho (Eds.), *Imagem e Pensamento* (pp. 237-253). Coimbra: Grácio Editor.
- Derrida, J. (1980). *La carte postale de Socrate à Freud et au-delà*. Paris: Flammarion.
- Derrida, J. (1995). *Mal d'archive*. Paris: Éditions Galilée.
- Gombrich, E. H. (2006). *The Story of Art*. Londres: Phaidon Press.
- Heidegger, M. (1954/1988). La question de la technique. In *Essais et Conférences* (pp. 9-48). Paris: Gallimard.
- Jünger, E. (1930/1990). *La Mobilisation Totale*. In *L'Etat Universel – suivi de La Mobilisation Totale*. Paris: Gallimard.
- Klamkin, M. (1974). *Picture Postcards*. Londres: Newton Abbot.
- Martins, M. L. (2002). *A linguagem, a verdade e o poder. Ensaio de semiótica social*. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian e Fundação para a Ciência e a Tecnologia.
- Martins, M. L. (2009). Ce que peuvent les images. Trajet de l'un au multiple. *Les Cahiers Européens de l'Imaginaire*, 1, 158-162. Retirado de <http://hdl.handle.net/1822/24132>
- Martins, M. L. (2010). A mobilização infinita numa sociedade de meios sem fins. In C. L. Álvares & M. Damásio (Eds.), *Teorias e práticas dos media: situando o local no global* (pp. 267-275). Lisboa: Edições Lusófonas. Retirado de <http://hdl.handle.net/1822/24250>
- Martins, M. L. (2011). *Crise no Castelo da Cultura. Das Estrelas para os Ecrãs*. Coimbra: Grácio Editor. Retirado de <http://hdl.handle.net/1822/29167>

- Martins, M. L. (2015a). Os média na contemporaneidade. Da promessa de emancipação histórica à sua ruína. In M. Ledo & I. Lopes (Eds.), *Comunicación, Cultura e Esferas de Poder* (pp. 19-44). São Paulo: USP/USC/ AssIBERCOM/AGACOM. Retirado de <http://hdl.handle.net/1822/35292>
- Martins, M. L. (2015b). Uma nova frente de pesquisa luso-brasileira – a rádio e os meios sonoros na construção da comunidade lusófona de Ciências da Comunicação. In M. Oliveira & N. Prata (Eds.), *Rádio em Portugal e no Brasil: trajetória e cenários* (pp. 5-10). Braga: CECS. Retirado de <http://hdl.handle.net/1822/37188>
- Martins, M. L., Bragança, J. M. de, Oliveira, M. & Godinho, J. (Eds.) (2011). *Imagem e Pensamento*. Coimbra: Grácio Editor. Retirado de <http://hdl.handle.net/1822/29165>
- Martins, M. L. & Correia, M. L. (Eds.) (2014). *Do Post ao Postal*. Famalicão: Húmus. Retirado de <http://hdl.handle.net/1822/35295>
- Martins, M. L., Gonçalves, A. & Pires, H. (2000). *A Romaria da Senhora d'Agonia. Vida e Memória da Cidade de Viana*. Viana do Castelo: Associação Desportiva e Cultural dos Trabalhadores dos Estaleiros Navais de Viana do Castelo.
- Martins, M. L. & Oliveira, M. (Eds.) (2011a). *Portugal Ilustrado em Postais – Braga, Bragança, Portalegre, Viana do Castelo, Viseu*. Braga: CECS. Retirado de <http://hdl.handle.net/1822/36492>
- Martins, M. L. & Oliveira, M. (2011b). *Postal a Postal*. Brochura. In M. L. Martins & M. Oliveira (Eds.), *Portugal Ilustrado em Postais - Braga, Bragança, Portalegre, Viana do Castelo, Viseu*. Braga: CECS. Retirado de <http://hdl.handle.net/1822/30007>
- Martins, M. L., Oliveira, M. & Bandeira, M. (2011). O “mundo português” da Exposição de 1940 em postais ilustrados. O global numa visão lusocêntrica. *Revista de Comunicação e Linguagens*, 42, 265-278. Retirado de <http://hdl.handle.net/1822/24149>
- Milne, E. (2010). *Letters, Postcards, Email. Technologies of Presence*. Nova Iorque: Routledge.
- Peirault, F. (2003). *Bon souvenir des colonies*. Paris: Tallandier.
- Philips, T. (2000). *The postcard century, 2000 cards and their messages*. Londres: Thames and Hudson.
- Rogan, B. (2005). An entangled object: The Picture Postcard as Souvenir and Collectible, Exchange and Ritual Communication. *Cultural Analysis*, 4. Retirado de http://socrates.berkeley.edu/~caforum/volume4/vol4_article1.html

Staff, F. (1966). *The picture postcards and its origins*. Londres: Lutterworth Press.

Citação:

Martins, M. L. (2017). Os postais ilustrados e o contemporâneo. In M. L. Martins (Ed.), *Os postais ilustrados na vida da comunidade* (pp. 27-37). Braga: CECS.

MADALENA OLIVEIRA

madalena.oliveira@ics.uminho.pt

CENTRO DE ESTUDOS DE COMUNICAÇÃO E SOCIEDADE
(CECS), UNIVERSIDADE DO MINHO

O IMAGINÁRIO LUSÓFONO NA EXPRESSÃO DOS POSTAIS ILUSTRADOS

INTRODUÇÃO¹

Apesar de não serem uma invenção moderna² é à Modernidade que efetivamente pertencem os postais ilustrados. Empréstado à escrita epistolar um tom mais informal, os postais ilustrados significaram, *grosso modo*, a massificação da correspondência interpessoal, graças sobretudo às potencialidades da ilustração como recurso para veicular informações que a linguagem verbal tornaria inacessíveis à população analfabeta. Ora, se, no século XVIII, registamos o aparecimento dos primeiros cartões de visita com decorações em torno dos nomes³, no século XIX, a história da ilustração consolida-se definitivamente com a invenção da fotografia. É que, passando a ser uma técnica francamente industrializada, a fotografia acabou por resultar numa democratização das artes visuais e garantir a possibilidade de reprodução mecânica de imagens rigorosamente captadas da realidade. Ainda que não sejam factualmente coincidentes, não seria, no entanto, legítimo apartar a história dos postais ilustrados⁴ da história da fotografia.

A segunda metade do século XIX é, portanto, decisiva para consagrar a vitalidade do postal ilustrado, no advento do período que se revelaria

¹ Uma primeira versão deste texto foi apresentada ao VII Lusocom - Congresso Lusófono de Ciências da Comunicação, realizado na Universidade de Santiago de Compostela, em 2006.

² Há registos que documentam a existência de expressões incipientes de postais ilustrados desde o século X, quando, no Oriente, se enviavam recados em pequenas folhas decoradas com desenhos.

³ No final dos anos 1770, embora com tiragens muito limitadas, já circulavam, pelo menos informalmente, pelos correios, mensagens, sobretudo de felicitações, escritas em cartões com gravuras.

⁴ Embora alguns escritos atribuam a invenção dos postais ilustrados à Alemanha, onde um gravador consegue, em 1872, ganhos apreciáveis com “bilhetes turísticos”, outras versões sustentam que o verdadeiro inventor do postal moderno, com local já reservado à colocação do endereço de destino, terá sido um livreiro francês, de Sillé-le-Guillaume.

ditoso para as artes visuais em geral. Até 1870, a fotografia atravessa um ciclo de apresentação e de conquista de território relativamente à pintura. Pela mesma altura, procura-se para o bilhete-postal (ainda não ilustrado) um estatuto próprio no que concerne à legitimidade da sua circulação, sendo 1865 o ano da primeira tentativa de proposta de oficialização, apresentada por ocasião do V Congresso Postal (Paris). Contudo, só quatro anos depois, se admite, pela primeira vez, na Áustria, os postais como formatos legítimos de circulação de mensagens. Em Portugal, esta autorização acontece apenas em outubro de 1877, surgindo quatro meses depois, no comércio nacional, os primeiros postais⁵. A partir da década de 1890, o postal vulgariza-se, graças à ânsia de circulação de imagens, que caracterizou a viragem do século XIX para o século XX, e a um fator económico que hoje seria manifestamente irrelevante: é que, sendo um meio fácil de comunicação, o postal era um objeto de consumo acessível, numa altura em que a comunicação à distância se fazia quase exclusivamente por escrito; era, inclusive, mais barato enviar um postal do que remeter uma carta em sobrescrito fechado⁶.

As duas primeiras décadas do século XX são um período glorioso para a história dos postais ilustrados. A mudança de século é, na verdade, marcada pela sucessão de progressos muito significativos nas artes gráficas, nomeadamente no que concerne às técnicas de impressão de imagens. Multiplicam-se, portanto, as edições em todos os países, num registo que promete uma efetiva documentação da história, dos costumes e da auto-representação dos povos. Talvez por isso os bilhetes-postais tenham interessado tantos colecionadores e inspirado publicações e exposições especializadas⁷.

⁵ O primeiro postal ilustrado português data, contudo, de 1894. Era um postal evocativo do V Centenário do nascimento do Infante D. Henrique. Conta-se que o sucesso deste postal acabou por estimular artistas e editores a outras publicações. Em 1895 é lançado o primeiro postal de edição privada, oficialmente aceite, assinalando o VII Centenário do Nascimento do Santo António de Lisboa.

⁶ Os primeiros anos do século XX são efetivamente muito prósperos para a indústria dos postais ilustrados. Em termos comerciais, entre 1904 e 1906, registam-se valores bastante elevados (em 1906, por exemplo, ter-se-á consumido em Portugal cerca de um milhão de postais). Com efeito, a produção destes cartões cresceu significativamente até à I Guerra Mundial.

⁷ Só em França, por exemplo, existiam, no alvor do século XX, cinco clubes de trocas e de ligação entre colecionadores (de que o “Porte Carte Club” era apenas um exemplo) e 33 revistas especializadas (como a *Kartophilie*, a *La Carte Postale Illustrée*, a *La Diane* ou a *La Gazette Cartophilie*) todas com tiragens muito significativas. Em 1904, também em França, o sub-secretário de Estado dos PTT – Postes, Téléphones, Télégraphes patrocina uma importante exposição. Em Portugal, a primeira exposição acontece só em fevereiro de 1977, em Lisboa, registando-se como a primeira “Feira do Postal Antigo”. Outras duas importantes exposições se realizam no mesmo ano: uma promovida pela Biblioteca Nacional, intitulada “Lisboa nos princípios do século, aspetos da sua vida e fisionomia” e outra no Porto,

Em termos temáticos, os primeiros postais eram de natureza diversa. Se, por um lado, documentavam paisagens, por outro, assinalavam também datas (nomeadamente períodos festivos) ou acontecimentos importantes⁸. Sobretudo em tempo áureo, tiveram também grande expressão outros temas de âmbito político, principalmente de mote caricatural, brejeiro ou patriótico. Também associados à propaganda de alguns regimes ditatoriais, os postais serviram ideologias e campanhas de índole política. Apropriados pelos Estados, como de um modo geral o foram as novas artes visuais (a fotografia e o cinema, primeiro, e a televisão, mais tarde), os postais ilustrados tiveram também, principalmente até à II Guerra Mundial, um carácter instrumental, cuja utilidade não se abreviava no campo político. Na verdade, também o campo publicitário encontrou nos bilhetes-postais uma ferramenta adequada à difusão de mensagens comerciais. A publicidade ilustrada foi, com efeito, uma das grandes descobertas do final do século XIX. Muito próspero em termos industriais e comerciais, o primeiro quartel do século XX foi genericamente muito favorável ao desenvolvimento da atividade publicitária que encontrou nos postais ilustrados um dos seus suportes mais económicos (Martins & Oliveira, 2011).

Embora hoje sejam quase exclusivamente de natureza turística, nos postais ilustrados, pelo menos da primeira metade dos anos 1900, abundavam também os temas paisagísticos, os retratos da vida rural e urbana, da atividade profissional e dos hábitos de lazer ou recreação, da etnografia e da própria arquitetura. Apesar de só a partir de 1931, quando se instituiu o Depósito Legal Obrigatório, haver registo sistematizado e rigoroso de todas as edições nacionais e regionais de postais ilustrados⁹, estas produções

promovida pelo Banco Português do Atlântico, sob o título “Cartofilia Portuense”. No ano seguinte, realiza-se, também em Lisboa, a segunda edição desta feira e nas Caldas da Rainha acontece a mostra “A Idade do Ouro do Postal Ilustrado (1900-1925)”. Em 1979, promove-se em Braga, a exposição “Para o estudo da imagem de Braga – o postal ilustrado”.

⁸ São os chamados postais de carácter comemorativo, que obtiveram êxitos muito expressivos na sinalização de datas (de nascimento de personalidades importantes para a história nacional, por exemplo) ou de acontecimentos (como os Descobrimentos). Em 1898, por exemplo, foi editada uma coleção de 13 postais dedicada às Comemorações do IV Centenário do Descobrimento do caminho marítimo para a Índia.

⁹ Na Biblioteca Nacional consta, ainda assim, um acervo de 28 mil espécies de postais ilustrados. Organizados em 1975, a partir de um núcleo já existente, há registo de exemplares do século XIX até à atualidade. De acordo com a apresentação deste arquivo, a coleção da Biblioteca Nacional constitui-se, “em grande parte, por temas portugueses das mais variadas áreas com incidência especial em panorâmicas, topografia, retratos, edifícios e monumentos, teatro, figuras e costumes, tipos e costumes étnicos”. Retirado de <http://www.bn.pt/colecoes/iconografia/postais.html>

constituem hoje um campo extremamente rico de análise antropológica, histórica, cultural e sociológica¹⁰.

POÉTICA DO OLHAR

Numa altura em que se vive plenamente a civilização da imagem, sobretudo da imagem digital e dos modos eletrónicos de comunicação e de visualização, a fixação do olhar em postais ilustrados constitui uma necessidade de ler na poética das imagens ilustrativas da comunicação interpersonal traços da auto-imagem que uma dada cultura tem de si própria. Com particular motivação pelos signos imagéticos, impõe-se a uma proposta deste teor uma apreciação do óbvio e do obtuso das ilustrações, conveniente ao estudo semiótico dos média específicos de uma determinada época. Na evidência e na descrição dos signos, simultaneamente, há uma história para compreender, uma etnologia para observar. Produções marginais do campo mediático, os postais ilustrados guardam manifestações do olhar e do sentir idiossincrático dos grupos humanos. São expressão do “sentir partilhado e participado” a que se refere Mario Perniola (1993, p. 52).

A nenhum exercício de reflexão estética deveria ser alheio um entendimento do âmbito artístico dos bilhetes-postais. Na verdade, como a fotografia, também as ilustrações destes meios quotidianos de comunicação encerram padrões de gosto e de belo. Com estreita afinidade com as artes figurativas, os postais ilustrados têm também algo de sensibilidade e emotividade, dimensões que, a par do político e do social, constituem a identidade de um povo. Encerram uma espécie de estética da vida ou são mesmo uma experiência estética da vida. São também uma experiência geográfica e epocológica, sendo então possível uma leitura do *aqui* e do *agora*, ou seja, dos lugares e do tempo (ou dos tempos) fixados nas ilustrações. Decisivos na definição antropológica do homem, o tempo e o espaço, o *aqui* e o *agora*, constituem as coordenadas da memória coletiva. Ora, em tempo de virtualização da realidade, o mesmo é dizer de constituição de espaços e tempos diferentes para a experiência comunicativa, um retorno às imagens estabilizadas no papel não é senão um retorno às referências do próprio agir.

¹⁰ Veja-se, neste sentido, Martins & Oliveira (2011); Martins & Correia (2014); e ainda, Martins, Oliveira & Bandeira (2011). Em termos mais alargados pode ser consultado o blogue do projeto “Postais Ilustrados. Para uma sócio-semiótica da imagem e do imaginário” (retirado de <http://postaisilustrados.blogspot.pt/>), assim como *Postal a Postal*, repositório de postais ilustrados por cidade, desenvolvido pelo projeto “Postais Ilustrados. Para uma sócio-semiótica da imagem e do imaginário”: Braga, Viana do Castelo, Viseu, Bragança e Portalegre (retirado de <http://www.postaisilustrados.uminho.pt/>).

No retrato das paisagens, dos edifícios, dos cenários políticos, dos trajes populares e dos próprios caracteres urbanos, rurais e piscatórios é uma percepção do espaço que se desenha, intercetando-se a fisicalidade e o incorpóreo dos lugares. É também uma apreensão do tempo e a suspensão da sua originalidade o que acontece, num efeito de imobilização visual de contextos históricos específicos. Signos de uma certa genealogia popular, os postais ilustrados registam, pois, um entendimento quer de formas da tradição cultural quer de observação da paisagem/natureza que imediatamente nos permitem compreender modos de olhar caracterizadores de uma dada civilização.

É certo que à gramaticalidade destes modos de olhar pertence uma certa “consciência colectiva”, que é desde Durkheim (1994) o ponto de partida para a noção de “representações sociais” e a cujos atributos é difícil aspirar em absoluto. Por certo, sendo sempre imaginárias, estas representações são o que em termos durkheimianos chamaríamos “coisas psíquicas”. Mas é nas suas manifestações em comportamentos estéticos (Leroi-Gourhan, 1984) que elas realmente nos importam. Sendo *coisas do imaginário*, as “coisas psíquicas” serão, na verdade, as que, revelando-se em estésio-opções, permitem recortar as diferenças que fazem de cada comunidade a expressão de uma diferenciação. Semiotizar estes aspetos, para um estudo mais alargado das formas de representação, bem como das suas relações com as formas de comunicação, eis, pois, o que pode, enfim, pretender uma investigação que centra o objeto de análise na ilustração de bilhetes-postais.

Às artes estive, desde sempre, ligado um modo de olhar a natureza e o próprio homem. Por isso, se procurou sempre nos objetos artísticos algo de figurativo, numa aceção que, durante muito tempo, tomou a arte como atividade imitativa¹¹. Contudo, a uma poética do olhar, isto é, uma teoria dos princípios estéticos, explícitos ou implícitos, que orientam a atividade artística, inclusive a atividade de ilustração dos bilhetes-postais, não bastam os traços do figurativo. Como em todas as formas de arte, de que a pintura terá sido um dos expoentes primeiros, há sempre algo de transfigurativo, no sentido em que se ultrapassa sempre a realidade vulgar por meio de uma idealização (Huisman, 1997). É que a arte idêntica ao real

¹¹ A ideia de que a arte seria uma atividade imitativa é discutida desde a Antiguidade. Alguns desprezavam-na por isso mesmo. Platão, por exemplo, considerando que as obras de arte imitavam os objetos naturais, via essas obras como imagens imperfeitas dos seus originais. Mantendo a ideia de arte como imitação, Aristóteles tinha uma opinião mais favorável à arte, uma vez que os objetos que a arte imita não são, segundo ele, cópias de nada.

não é arte; a arte, diz em *A Estética* Denis Huisman (1997), é essencialmente idealização, transfiguração. Ora, quer em simples retratos turísticos de paisagem quer na figuração de tipos, trajas ou ofícios, as ilustrações dos bilhetes-postais têm nisto algo de artístico: no facto de serem também o resultado de uma idealização transfiguradora, que é, com efeito, o espírito da poética deste olhar etnográfico.

A ESTÉTICA LUSÓFONA

Da etnografia portuguesa é, pelo menos desde meados dos anos 1980, indissociável o conceito de Lusofonia¹². Remetendo, em primeiro lugar, para uma identificação de algum modo linguístico-geográfica, a ideia de Lusofonia parece estar presente sobretudo como uma questão de sentimento. Pela pátria que é a própria língua portuguesa¹³ e por uma cultura de feições que mantiveram ao longo de séculos alguns cruzamentos, o conceito de Lusofonia é necessariamente uma questão afetiva, a cujos contornos espaciais e culturais não é alheia uma compreensão histórica da identidade dos povos de expressão portuguesa. Há, por isso, aspetos do imaginário popular intrinsecamente marcados por princípios de uma identidade comunitária. É disso, no fundo, que se trata na ideia de Lusofonia – uma identificação em comunidade que não significa a coincidência absoluta de caracteres, mas a partilha de traços comuns a uma mesma raiz.

Embora não seja do âmbito deste trabalho problematizar as implicações do conceito de Lusofonia, seria ilegítimo não nos referirmos a uma certa tendência centrista de abordagem da questão lusófona, que se reverte no modo como se teoriza, por exemplo, o campo comunicativo. Tratando-se de um sentimento, de uma espécie de memória de um passado comum, na verdade, a discussão sobre o lugar e a validade do conceito de Lusofonia esbarra numa quase “hiper-identidade” portuguesa, de onde parece partir toda a observação dos caracteres de identificação com a restante comunidade de países lusófonos. É apontando justamente para este enviesamento que Eduardo Lourenço (1994) sugere que Portugal é um país maior do que as suas fronteiras geográficas.

¹² Identificado como um neologismo, o vocábulo “Lusofonia” remete genericamente para um “conceito que designa todas as comunidades de língua e cultura portuguesas, bem como dos traços comuns que os unem” (*Enciclopédia Universal*. Retirado de <http://www.universal.pt/scripts/site/login.exe/GoProd?P=1>).

¹³ Comum a oito países (Portugal, Brasil, Angola, Guiné-Bissau, S. Tomé e Príncipe, Cabo Verde, Moçambique e Timor-Leste).

Tomando de avanço esta fragilidade dos estudos de Lusofonia, será justo supor que uma investigação que intenta localizar em ilustrações postais signos de uma identidade lusófona participa, na mesma medida, desta limitação¹⁴. Mas é ainda do ponto de vista de um ponto de partida, e não de ponto de chegada, que nos colocamos. Por isso, convém-nos um conceito de Lusofonia ainda em aberto, permanentemente interrogado, sujeito a contributos que estão, para já, por reunir. Dito de outro modo, neste posicionamento metodológico, é de um conceito em construção que nos ocupamos. Assumindo então que é de um inquinamento centrista que partimos, admitimos, ainda, que da leitura semiótica dos postais ilustrados em análise seria possível a definição não de um mas de múltiplos imaginários lusófonos. Por outras palavras, dir-se-ia que este estudo não aspira à unidade, mas às diversas “unidades fragmentadas” que podem dizer a Lusofonia.

Indicado por Gianni Vattimo como um dos sinais do fim da Modernidade, o fim da História define-se justamente pela perda da ideia de unidade. Diz Vattimo que “o que caracteriza (...) o fim da história na experiência pós-moderna é que (...) a ideia de uma história como processo unitário se dissolve” (1987, p. 11). É por este prisma que assumimos que a Lusofonia não tem que resultar numa ideia una, mas porventura num conjunto de hipóteses efetivas de discussão antropológica e sociológica da percepção, representação e comunicação identitárias.

Dizíamos que a Lusofonia era sobretudo uma questão de *sentimento*. Pois bem, dirigida por uma experiência de emoções (patrióticas, por exemplo), a experiência lusófona é, como diria Mário Perniola (1993) talvez mais do *sentir* do que do *pensar* e do *agir*. Por isso, o imaginário que propomos definir é o da estética lusófona, aproveitando a justificação de Perniola sobre o poder atual da estética; é que, se assim nos podemos referir à Lusofonia (como Perniola se refere genericamente à nossa época), não é por haver “uma relação privilegiada e directa com as artes, mas mais essencialmente porque o seu campo estratégico não é o cognitivo, nem o prático, mas o do sentir, o da *aesthesis*” (Perniola, 1993, p. 11).

Neste primado do sentir sobre o pensar (a que Perniola chama a substituição da ideologia pela sensologia), serão com certeza mais significativos os signos transfigurativos do que os figurativos das ilustrações postais, isto é, aqueles que remetem para os significados múltiplos dos

¹⁴ Por outras palavras, poderíamos reconhecer, de partida, as limitações deste estudo cujo corpo de análise são postais ilustrados produzidos e editados em Portugal. Embora se admita que alguns possam ter circulado por países de expressão portuguesa, sobretudo no período colonial, esta pesquisa corresponde a uma fase inicial e exploratória, ainda assumidamente centrista.

referentes imediatos ou para as idealizações trans-referenciais. Se nalguma dimensão faz sentido procurar traços de identidade lusófona nos postais ilustrados, é sobretudo ao nível das conotações, isto é, de significações de segundo grau, e não no plano denotativo ou das significações imediatas. Com efeito, tendo algo de mitológico ou de simbólico, o conceito de Lusofonia não seria amplamente acolhido numa abordagem que tomasse como método a leitura puramente referencial de ilustrações (sejam elas fotográficas ou pictóricas).

SIGNOS DE ETNOGRAFIA

Se lêssemos apenas as linhas que se escrevem no anverso dos bilhetes-postais, constataríamos que “a maior parte da nossa correspondência é melancólica, quase gentil” (Barros, 1997, p. 5). Esta é, talvez, uma das características de toda a literatura epistolar portuguesa. Dos temas de amor, à nostalgia e saudade, tão próprios da chamada “alma lusitana”, confirma-se que os sentimentos se tornaram para nós uma “segunda pele” (Barros, 1997). Extraordinariamente emotivos, os textos ancoram com frequência a melancolia dos temas¹⁵ figurados nas ilustrações. Talvez menos evidentes nos signos icónicos, os sentimentos estão também preferentemente nos elementos visuais da correspondência postal, ou seja, na natureza icónica que é, segundo Villafañe, o componente essencial da imagem.

Uma teoria da imagem, como a que Villafañe propõe, sugere pois a consideração de elementos e fenómenos que constituem esta natureza icónica. Em primeiro lugar, a seleção da realidade, ou seja, a seleção das unidades referenciais; depois, o repertório de elementos fácticos e, finalmente, a sintaxe ou o sistema de regras de combinação e articulação dos signos. Se o primeiro elemento diz respeito à perceção, os outros dois concernem à questão representativa. Uma e outra dimensões, perceção e representação, convêm a uma abordagem sobre as ilustrações postais, sendo a proposta a de tomar os elementos representativos como fonte de indagação dos elementos percetivos.

Olhar as imagens em busca de significados, eis, pois, o propósito desta análise que tem, antes de mais, um carácter exploratório, ou seja, um objetivo de interrogação dos diversos níveis de sentido ou das diversas

¹⁵ Lê-se, por exemplo, num postal com edição em Viana do Castelo e enviado, em 1961, para Lisboa: “com afectuosas saudades para todos, mando as minhas notícias desta encantadora terra onde me encontro numa verdadeira cura de repouso”. Repare-se preferentemente na opção pelas expressões “afectuosas saudades” e “encantadora terra”.

conotações geradas pelos signos visuais. Há, com efeito, uma impressão geral de que a imagem, pelo menos a figurativa (que é, apesar da ideia de transfiguração comum a todas as imagens, a mais usual nas ilustrações postais), pressupõe uma leitura natural. Por um lado, parece-nos haver entre a representação visual e a coisa representada uma relação de imediaticidade, como se os elementos visuais nos dessem a ilusão de simultaneidade entre duas coisas não simultâneas. Por outro, o próprio facto de a imagem ser uma produção mais ou menos universal (desde sempre, no mundo inteiro, parecem ter sido produzidas imagens) leva-nos a pensar que somos capazes de interpretar uma imagem figurativa independentemente do seu contexto histórico, social ou cultural. A questão é que, ainda que a imagem possa ser, em termos de produção e difusão, mais ou menos universal, há nela aspetos que são culturalmente determinados. Era esta a advertência a que, de algum modo, aludíamos quando, antes, nos referíamos à questão da opção por uma certa pose ou um certo enquadramento.

Uma amostra¹⁶ de postais geograficamente relativos ao Litoral Norte de Portugal, com particular preferência pelo Minho, sugere alguns apontamentos, nomeadamente no que concerne a um quadro de trabalho que procura as hipóteses de representação lusófona nas ilustrações. Neste sentido, sistematizamos alguns aspetos, considerados relevantes para uma análise do implícito das imagens, como seja a valorização de uma pose ou o modo de enquadramento de uma imagem. Com recurso a alguns exemplos ilustrativos, não pretendemos mais do que anotar genericamente os temas mais evidentes e os parâmetros mais significativos.

TRAJES, FAMÍLIA, RELIGIÃO

Em muitas regiões de Portugal, abundam verdadeiras coleções de postais que retratam os modos de vestir. A riqueza dos trajes típicos, vista primeiro a preto e branco, e mais recentemente com a exuberância das cores que caracterizam o folclore nacional, é provavelmente, a par das paisagens, o tema mais retratado pelos postais portugueses. Anexamos três exemplos do primeiro quartel do século XX: o primeiro de Braga, os outros dois de Viana do Castelo (Figuras 1, 2 e 3). Ainda que os três exemplos exaltem exclusivamente o traje feminino, são também numerosos os

¹⁶ Trata-se, para efeitos deste trabalho, ainda de uma amostra informal, pouco sistematizada, de postais editados no Minho (amplamente dos distritos de Viana do Castelo e de Braga). Mas é possível ver outros postais do Minho no repositório de postais ilustrados, já assinalado: *Postal e Postal* (retirado de <http://www.postaisilustrados.uminho.pt/>).

exemplares que apresentam o traje masculino, sempre mais simples do que o da mulher.



Figura 1



Figura 2



Figura 3

Para além do retrato das vestes típicas, era também frequente, sobretudo na primeira metade do século XX, o recurso a imagens que apontavam para os valores da família e da religião. Cartões com ícones religiosos e com retratos verdadeiramente familiares (onde se identificavam as figuras da mãe, do pai e de descendência numerosa) circularam abundantemente, reproduzindo a importância destas dimensões na vida popular.

TRABALHO, EDUCAÇÃO E DESPORTO

Hoje dizem respeito apenas à preocupação turística de mostrar o artesanato regional e um ou outro ofício em extinção. Contudo, momentos houve em que o postal era um meio muito expressivo da grande variedade de artes e ofícios das gentes portuguesas. As fotografias, sempre de pose e com expressões pouco espontâneas, davam conta das atividades predominantes no país. As edições de postais representavam principalmente a agricultura (de que notificamos também um exemplar minhoto, Figura 5), mas também as atividades transformadoras, como o artesanato e algumas indústrias, e ainda a própria atividade comercial (cujo exemplo que reportamos, Figura 6, é bracarense. Trata-se da imagem de um mercado, onde se vê o transporte e a troca de sacos, provavelmente de produtos agrícolas).



Figura 4



Figura 5



Figura 6

Para além do labor, os postais retratavam ainda aspetos educacionais e culturais. Havia-os com referência às escolas, aos alunos, às figuras letradas do país, bem como propagandísticos de atividades culturais – peças de teatro, salões de baile, festas e romarias religiosas. O exemplo que escolhemos (Figura 6) é o de um postal de anúncio do jornal *Commercio do Minho*, inflamado por uma imagem da cidade de Braga (no primeiro rasgo), que ajudaria a explorar o tipo de leitura e o lugar da imprensa no espaço cultural português. Finalmente, não eram raros os postais alusivos às atividades desportivas de carácter regional, ao tipo de lazeres e diversões próprios de cada região. Em todos estes géneros encontramos contributos para o retrato social dos povos. Um estudo comparado (que incluísse coleções portuguesas e coleções de outros países lusófonos) permitiria naturalmente a identificação de caracteres idiossincráticos do espírito lusitano, a que não seria alheia a descrição dos tipos (como a que Raul Brandão faz, em *Os Pescadores*, sobre os diferentes tipos de pescadores e peixeiras do país), das tonalidades da pele, da expressão dos valores e da exteriorização dos sentimentos.

PAISAGENS

A atividade turística vulgarizou os postais de paisagens (urbanas e rurais) em todos os países. Elas são, de alguma forma, uma justa medida da autopercepção que os povos têm de si. A grandeza dos monumentos, revelando um certo orgulho nacional, a simplicidade dos campos – verdes, no Minho, mais secos, no sul do país – ou a imensidão do mar, mostrando a relação das gentes com as paisagens que lhes são mais íntimas... todos estes recortes da vista contam a relação dos povos com o espaço¹⁷.

O ESTADO E OS TEMAS POLÍTICOS

Referíamo-nos na introdução deste trabalho ao caráter utilitário que os postais tiveram, sobretudo no momento em que foram centrais como meios de comunicação, como adjuvantes de uma certa propaganda política. Se genericamente podemos relatar o papel que tiveram no contexto das ditaduras da primeira metade do século XX (que em Portugal tardou até meados dos anos 1970), mais concretamente podemos ilustrar a expressão que tiveram por ocasião da implantação da República Portuguesa, em 1910. Ilustramos este tema propositadamente com dois postais de âmbito diverso. No primeiro (Figura 7), o que temos é uma ilustração caricatural, quase brejeira, comemorativa do 5 de Outubro¹⁸, cuja interpretação aventaria significações muito díspares – a de uma nova nação, ao colo dos republicanos ou a do empobrecimento nacional pelo fim da monarquia são apenas dois exemplos de significados da imagem. No segundo postal (Figura 8), temos uma imagem mais sóbria, notificando figuras importantes para a história do país, bem como hasteando os novos valores nacionais – a paz, a liberdade e o trabalho. O terceiro exemplo (Figura 9) com que ilustramos este tema é fértil em signos de vária índole. Exaltando o hino nacional, neste postal se conjugam outros sinais importantes da simbologia do país – a bandeira, algumas notas musicais e figuras tipicamente trajadas. O uso da cor é também muito significativo, pelo sentido das cores da nova bandeira.

¹⁷ Não apenas sobre as paisagens, mas também sobre o traje, o trabalho, a família e a religião, podemos ver muitos postais de Viana do Castelo, relativos ao último quartel do século XIX e à primeira metade do século XX, na obra publicada por Martins, Gonçalves e Pires (2000), sobre *A Romaria da Senhora da Agonia. Vida e Memória da Cidade de Viana*.

¹⁸ Seria também muito interessante fazer um estudo comparativo das edições comemorativas dos vários países lusófonos. Como terá sido retratada a guerra colonial? Que símbolos nacionais exaltaram os outros países em momentos politicamente determinantes?



Figura 7



Figura 8



Figura 9

CONCLUSÃO

As breves notas que enunciamos neste trabalho são ainda apenas apontamentos para uma leitura que mereceria ser mais sistematizada e provavelmente mais classificatória. Na verdade, cremos que os postais ilustrados, quer como meios de comunicação quer como expressões artísticas, são manifestações autênticas de um imaginário, cujos elementos distintivos estão ainda por explorar. É certo que o imaginário é sempre expressivo de uma época, sendo que a era contemporânea não é mais a dos postais ilustrados. Contudo, imensamente povoados por signos identitários, os postais ilustrados, hoje desinvestidos destes elementos em versões electrónicas de *eCards*, foram, porém lugares de registo da memória coletiva. É nessa dimensão que eles importam a um estudo semiótico dos discursos de identidade, e concretamente dos discursos de identificação lusófona.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Barros, J. (Ed.) (1997). *Cartas de amor, de saudade, de sedução*. Lisboa: CTT Correios.
- Durkheim, É. (1994). *Sociologia e Filosofia*. São Paulo: Ícone.
- Huisman, D. (1997). *A Estética*. Lisboa: Edições 70.
- Leroi-Gourhan, A. (1994). *Evolução e técnicas: I – o homem e a matéria*. Lisboa: Edições 70.

- Lourenço, E. (1994). *Nós a Europa ou as duas razões*. Lisboa: Casa da Moeda.
- Martins, M. L. & Correia, M. L. (Eds.) (2014). *Do Post ao Postal*. Famlidão: Húmus. Retirado de <http://hdl.handle.net/1822/35295>
- Martins, M. L., Gonçalves, A. & Pires, H. (2010). *A Romaria da Senhora d'Agonia. Vida e Memória da Cidade de Viana*. Viana do Castelo: Associação Desportiva e Cultural dos Trabalhadores dos Estaleiros Navais de Viana do Castelo.
- Martins, M. L. & Oliveira, M. (Eds.) (2011). *Portugal Ilustrado em Postais – Viana do Castelo, Braga, Bragança, Viseu e Portalegre*. Braga: CECS. Retirado de <http://hdl.handle.net/1822/36492>
- Martins, M. L., Oliveira, M. & Bandeira, M. (2011). O “mundo português” da Exposição de 1940 em postais ilustrados. O global numa visão lusocêntrica. *Revista de Comunicação e Linguagens*, 42, 265-278. Retirado de <http://hdl.handle.net/1822/24149>
- Perniola, M. (1993). *Do sentir*. Lisboa: Ed. Presença.
- Sousa, F. M. V. (1985). *Portugal no 1º quartel do século XX: documentado pelo Bilhete-postal Ilustrado da primeira Exposição Nacional de Postais Antigo's*. Bragança: Câmara Municipal.
- Vattimo, G. (1987). *O fim da Modernidade*. Lisboa: Editorial Presença.
- Villafañe, J. (1996). *Introducción a la Teoría de la Imagen*. Madrid: Pirámide.

REFERÊNCIAS ELETRÓNICAS

- Blogue do Projeto “Postais Ilustrados. Para uma sócio-semiótica da imagem e do imaginário”. Retirado de <http://postaisilustrados.blogspot.pt/>
- Postal a Postal, repositório de postais ilustrados, por cidade abrangida pelo Projeto “Postais Ilustrados. Para uma sócio-semiótica da imagem e do imaginário” (Braga, Viana do Castelo, Viseu, Bragança e Portalegre). Retirado de <http://www.postaisilustrados.uminho.pt/>

Citação:

Oliveira, M. (2017). O imaginário lusófono na expressão dos postais ilustrados. In M. L. Martins (Ed.), *Os postais ilustrados na vida da comunidade* (pp. 39-52). Braga: CECS.

2. TÉCNICAS E ESTÉTICAS DO POSTAL ILUSTRADO

NUNO BORGES DE ARAÚJO

nunoborgesdearaujo@gmail.com

ARQUITETO, INVESTIGADOR DO CENTRO DE ESTUDOS DE COMUNICAÇÃO
E SOCIEDADE (CECS), UNIVERSIDADE DO MINHO

A FOTOGRAFIA E O POSTAL ILUSTRADO: ORIGENS E INFLUÊNCIAS

INTRODUÇÃO

A história do bilhete-postal ilustrado e da imagem fotográfica, como formas de comunicação social, estão intimamente relacionadas. Neste texto propomo-nos esclarecer alguns dos aspetos mais significativos das afinidades entre ambos, da influência recíproca que ocorreu a vários níveis e se traduziu no aparecimento dos bilhetes-postais fotográficos e fotomecânicos.

O bilhete-postal ilustrado com imagens de matriz fotográfica surgiu no final do século XIX. Em nosso entender, o seu aparecimento no contexto da civilização ocidental resulta da convergência de dois suportes de comunicação visual:

- o bilhete-postal ilustrado de matriz não fotográfica, que surgiu a partir do inteiro postal, e este como alternativa às formas de comunicação escrita tradicionais (cartas e bilhetes).
- a fotografia, em particular no formato *carte album* ou *cabinet card*, que pode ser considerado uma evolução e alternativa dimensional ao formato *carte-de-visite* fotográfico.

As relações entre ambos não se limitam ao período subsequente ao seu aparecimento, mas mantêm-se ao longo do seu desenvolvimento:

- as imagens fotográficas foram e continuam a ser utilizadas para ilustrar a maioria dos bilhetes-postais.
- o bilhete-postal ilustrado foi predominantemente impresso por processos fotográficos ou fotomecânicos, para o desenvolvimento dos quais foi decisiva a experimentação levada a cabo por fotógrafos e pessoas com atividades profissionais estreitamente relacionadas com a fotografia.

O colecionismo, que deu um impulso significativo à implantação do uso do postal ilustrado como prática social, também tem antecedentes culturais diretos no colecionismo e na circulação das imagens fotográficas.

Como acima sugerimos, a história dos bilhetes-postais ilustrados está profundamente ligada à história do correio tradicional (cartas e bilhetes-postais não ilustrados) e à história da imagem fotográfica. Embora a primeira esteja relativamente bem estudada, é difícil entendê-la sem ter conhecimento desta última. Assim, vamos abordar sinteticamente alguns aspetos específicos da história da fotografia, sobretudo os relacionados com a sua produção, comercialização, uso social e político das imagens, nas últimas décadas que antecederam o aparecimento do bilhete-postal, e estabelecer as relações que consideramos pertinentes entre estes suportes de comunicação.

A FOTOGRAFIA: UMA TRADIÇÃO DA IMAGEM E DO IMAGINÁRIO

Em 1852, cerca de 13 anos depois da apresentação ao público das primeiras técnicas fotográficas, foi divulgado um novo conceito fotográfico, o de colar nos cartões de visita pessoais o retrato do seu portador. Esta ideia que, na sua preconização inicial, era mais lata e abrangia outras formas de identificação que hoje usamos, e outras que ainda poderemos vir a usar (Corentin, 1982, p. 28)¹, resultou na definição de um formato fotográfico designado por *carte-de-visite* (em Portugal, *bilhete de visita* ou *cartão de visita*, com uma imagem fotográfica com cerca de 9x5,8 cm, colada num cartão com cerca de 10x6,3 cm). Embora na bibliografia fotográfica oitocentista a ideia seja atribuída a várias pessoas, tudo indica que foi Louis Dodero, fotógrafo de Marseille, o primeiro a divulgá-la em 1851. O formato foi patenteado a 27 de novembro de 1854 pelo célebre fotógrafo parisiense André Adolphe Eugène Disdéri, que foi o seu maior divulgador, tendo produzido e comercializado uma fabulosa galeria de retratos de celebridades (Darrah, 1981, p. 4; Gernsheim, 1988, p. 189). Alguns avanços da técnica fotográfica, como a produção industrial do papel albuminado, e, em particular, o uso de câmaras que permitiam tirar oito ou 12 retratos no mesmo negativo²,

¹ Posteriormente publicado n' *O Ecco Popular*, Porto, n.º 112 (19/05/1853), pp. 1-2, segundo ideias de um fotógrafo divulgadas no *Conservador Belga* de novembro de 1852. Serão as ideias de Dodero, divulgadas no ano anterior e abaixo referido?

² A *Multiplying camera* de Claudet (1851), com apenas uma lente e um caixilho de especial para o negativo (*repeating back*) com placas de obturação parcial, permitia tirar 12 retratos diferentes na mesma chapa. Uma versão desta câmara foi patenteada por Disdéri, em Paris, em 1853 (Gernsheim, 1988, p. 202; Sagne, 1998, pp. 109-110). Câmaras com quatro lentes, usando o mesmo princípio do *repeating*

revelar uma só chapa de vidro e um positivo, e só no acabamento cortar e montar as várias imagens em cartões diferentes, traduziram-se numa enorme redução do custo de produção das imagens fotográficas (Eder, 1978, pp. 351-352; Gernsheim, 1988, pp. 202-203). Os fotógrafos podiam agora vender uma dúzia de retratos no formato *carte-de-visite* a um preço inferior ao de um retrato em grande formato (Sagne, 1998, p. 110). Apesar disso, tirar uma fotografia continuava a ser caro, mas já era acessível, ao contrário do que acontecia com a pintura, reservada apenas às famílias de elevado estatuto económico. As cabeças coroadas da Europa, e, em particular, a rainha Vitória e Napoleão III, foram dos principais entusiastas a adotar esta nova forma de comunicação visual, sobretudo o retrato, e depressa se aperceberam das potencialidades políticas que a produção de retratos das famílias reais e a sua comercialização a preços acessíveis, junto dos seus súbditos, traziam para a consolidação dos seus regimes. Os retratos de membros da família real ou imperial passaram a integrar os álbuns familiares, a serem encaixilhados, e colocados na parede ou num móvel da zona social da casa, permitindo uma relação de proximidade quotidiana entre soberano e súbdito. O retrato tirado por Disdéri à família imperial francesa valeu-lhe o título de *Photographe de S. M. l'Empereur* e foi, provavelmente, o ponto de partida para a rápida expansão deste formato e do seu negócio. Embora nenhum fotógrafo tenha ganho tanto com este formato como Disdéri, em agosto de 1860, o fotógrafo John Edwin Mayall tirou uma série de retratos à família real inglesa, dos quais comercializou uma coleção de 14 *cartes de visite*, com o título *Royal Album*, que rapidamente vendeu centenas de milhares de exemplares. Na semana após o falecimento do Príncipe Alberto foram vendidas 70.000 *cartes de visite* com o seu retrato, tirado por vários fotógrafos. Um retrato tirado por W. & D. Downey à Princesa Alexandra da Dinamarca, esposa do futuro rei Eduardo VII, com um dos seus filhos às suas cavalitas, vendeu 300.000 cópias (Figura 1)³.

back de Claudet, que permitiam tirar pelo menos oito fotografias no mesmo negativo fotográfico (de dois a quatro retratos simultâneos, e de duas a quatro poses diferentes) que, entre outros, usaram C. Jabez Hughes (London, 1860), Mayer & Pierson (Paris, 1861), e Disdéri (Paris, 1862) (Gernsheim, 1988, pp. 202-203).

³ National Portrait Gallery, London. Retirado de <http://www.npg.org.uk/whatson/display/2007/alexandra-of-denmark.php>. Exceto quando é feita alguma menção, os originais das ilustrações pertencem à coleção do autor.



Figura 1: W & D. Downey (London) – Princesa Alexandra da Dinamarca, esposa de Eduardo VII do Reino Unido, com um dos seus filhos às cavalitas, setembro de 1868. *Carte-de-visite*

A rainha Vitória colecionou nada menos do que 110 álbuns fotográficos, e constituiu e organizou, com a ajuda do príncipe Alberto, 36 álbuns com retratos da sua família e de outras famílias reais (Darrah, 1981, pp. 6-7; Gernsheim, 1988, pp. 190-191, 193-195). A Imperatriz Elisabeth do império Austro-Húngaro, a famosa *Sissi* (1837-1898), conhecida pela sua beleza, tinha uma enorme coleção de retratos fotográficos de beldades femininas⁴. No auge da moda deste formato, em meados dos anos 60, vendiam-se 300 a 400 milhões de *cartes de visite* por ano em Inglaterra. O fotógrafo Horatio Nelson King, que introduziu este formato em Bath, afirmou em 1862 vender 60.000 a 70.000 *cartes de visite* por ano; Olivier Sarony, estabelecido em Scarborough, estimou ganhar com este negócio cerca de 10.000 libras anuais, e Mayall, em Londres, umas 12.000 libras por ano (Gernsheim, 1988, pp. 194-195, 198, 201, 273).

Nos anos 60 o formato *carte-de-visite* fotográfico encontrou uma tal aceitação entre as classes privilegiadas que se tornou numa verdadeira moda, designada por “cartomania”, que se propagou desde a alta sociedade até à média burguesia. A circulação das *cartes de visite* foi, talvez, a forma

⁴ Não é claro se esta dedicação se devia apenas ao prazer na contemplação da beleza, ou se os seus álbuns de beldades femininas seriam um substituto do famoso “espelho meu”, que lhe permitiria, com ou sem a colaboração das visitas com quem os partilharia, situar-se acima das belezas da época.

mais eficaz de representação, numa sociedade dividida entre a perpetuação dos regimes vigentes e o desejo de mudança. Se a aristocracia viu nestas imagens uma forma que contribuía para a consolidação da sua posição hierárquica, quer sob a forma de retratos oficiais quer numa aparente esfera de intimidade, reforçando os laços que sustentavam o seu poder (Figura 2), a burguesia viu nelas uma forma de se elevar e perpetuar a sua memória.



Figura 2: Charles Clifford (Madrid) – Rainha Victoria da Grã-Bretanha, nov. 1861; Ashford Brothers (London) – Foto-mosaico de abertura de álbum com retratos da família real britânica, ca. 1863; Mayall (London) – Família real britânica, março de 1863. *Cartes de visite*

Todos queriam tirar o seu retrato. Os retratos eram oferecidos a amigos e a pessoas das suas relações. Deixar um cartão de visita fotográfico a alguém que se visitava, em vez dos tradicionais cartões com o nome impresso, tornou-se um hábito social. No seu verso escreviam-se dedicatórias e eram com frequência enviados pelo correio, dentro de cartas (Figura 3).

Para os guardar e organizar foram concebidos e comercializados álbuns. Aos retratos dos seus proprietários, de familiares, amigos e conhecidos, eram adicionados retratos de personalidades admiradas (reis e presidentes, líderes políticos, escritores, artistas, etc.). O álbum fotográfico familiar tornou-se um universo virtual de referências sociais, que espelhavam a família e a sociedade contemporânea. Folheá-lo em casa na companhia da família ou de visitas proporcionava tema para intermináveis conversas sobre as pessoas que lá estavam representadas (Sagne, 1998, p. 120) (Figura 4).



Figura 3: *Carte-de-visite* fotográfica no envelope da carta com que foi enviada, ca. 1871



Figura 4: Senhora portuguesa folheando álbum de retratos no formato *carte-de-visite*. Detalhe de uma fotografia no mesmo formato, de um álbum do Conde Jerónimo Bobone, 1862

Para um político ou artista, ver a sua imagem incluída num álbum familiar não era um abuso, mas uma forma de reconhecimento social. Quando o político britânico Lord Brougham via um retrato seu numa montra, costumava perguntar quantos exemplares tinham vendido. Era uma forma de avaliar a sua popularidade.

Nesta época também proliferaram as publicações biográficas de celebridades, ilustradas com retratos fotográficos no formato *carte-de-visite* colados nas folhas impressas (Sagne, 1998, p. 120; Frizot, 1998, p. 123; Araújo, 2006).

A partir de cerca de 1860 a produção de cartões de visita fotográficos estava plenamente estabelecida nas principais cidades portuguesas. O número de fotógrafos nessas cidades aumentou significativamente e, nesta década, estabeleceram-se pela primeira vez em cidades onde, até aí, apenas passavam ocasionalmente fotógrafos itinerantes. Neste formato, tanto no estrangeiro como em Portugal, não se produziram apenas retratos, mas séries de imagens de “tipos e costumes” regionais e locais, reproduções de obras de arte, monumentos, vistas urbanas e paisagens humanizadas que foram comercializadas pelos fotógrafos e por estabelecimentos comerciais mais ou menos especializados, como os depósitos de estampas, as livrarias e os bazares (Figura 5).



Figura 5: Principais temáticas comerciais das *cartes de visite*: obras de arte, monumentos, vistas e costumes, ca. 1870s: Photographia Artistica (S/L), Reprodução da pintura *Madonna della Segiolla*, de Rafael Sanzio, 1513-14; Autor não identificado, Entrada do Palácio de Queluz; Photographia Camacho (Funchal), Funchal visto de sul; Rocchini, F. (Lisboa), Varininhas lisboetas

Dadas as reduzidas dimensões das fotografias impressas no formato cartão ou bilhete de visita, e apesar de se terem comercializado caixas com lupas para uma melhor visualização, ainda nos anos 60, foi introduzido no mercado estrangeiro um novo formato, técnica e graficamente semelhante,

mas de maiores dimensões (fotografia com ca. 15x10 cm, montada num cartão com ca. 17x11 cm), que veio a tomar o nome de *cabinet card* (Marquez, 1995, pp. 26-27; Eder, 1978, p. 354). A história da sua introdução também suscita algumas dúvidas. Em maio de 1862 foi anunciada pela firma britânica Marion & Co. a publicação de uma série de *cabinet views*, com as dimensões de 11,4x17,1 cm, fotografadas por George Washington Wilson (Taylor, 1981, p. 85; Gernsheim 1988, p. 202). A partir de 1862 está documentada nos Estados Unidos a impressão de imagens com dimensões próximas deste formato (Darrah, 1981, p. 170), e em fevereiro de 1863 o fotógrafo norte-americano Mathew B. Brady comercializou fotografias com 10,8x16,5 cm, usando a designação de *imperial carte-de-visite*, que não era mais que um cartão de visita fotográfico de maiores dimensões, próximas das que vieram a ser as do formato *cabinet*⁵. Cerca de 1866, o fotógrafo britânico Frederick Richard Window popularizou o formato na Grã-Bretanha, na impressão fotográfica de retratos, com a designação de *cabinet portrait* (Gernsheim, 1988, p. 202)⁶. Não é claro se uns seguiram os outros, ou se foram iniciativas independentes respondendo a novas exigências do mercado. Também há várias interpretações da origem do nome. Em nossa opinião, a mais razoável está associada ao termo *cabinet*, não no significado de pequeno armário onde é transportada uma imagem, como alguns sugerem, mas de “gabinete” ou “escritório”, local onde uma imagem de importância pessoal com essas dimensões poderia estar exposta⁷. Em França, o novo formato tomou o nome de *carte-album* ou *portrait-album*⁸, claramente associado ao seu uso na fotografia de retrato e à sua introdução nos álbuns, que passaram a ser produzidos para incluir este formato a par da já tradicional *carte-de-visite* fotográfica. A partir dos anos 70, encontrámo-lo difundido em Portugal, com as designações *cartão album* ou *retrato album*, que não são mais que a tradução das designações francesas, que aqui apareciam impressas nos cartões importados (Figura 6).

⁵ “The Latest Imperial Carte de visite”, *Punch magazine*, London, (07/02/1863), p. 60. Brady usara desde 1858 o termo *Imperial Photographs* para designar retratos de grandes dimensões, pelo que deveria associar o termo *Imperial* aos formatos maiores (informação de Gary Saretzky, 01/09/2008). Mais tarde, veio a aparecer no mercado fotográfico o formato *Imperial*, com as dimensões de imagem de 16,8x21,7 cm, montada num cartão com 17,5x25 cm (Marquez, 1995, pp. 26-27).

⁶ O fotógrafo S. Thompson usou o termo *Cabinet-sized Photographs*, em novembro de 1861, referindo-se a fotografias cujas dimensões variavam entre a de uma placa inteira (formato de daguerreótipo de 6½x8½”, ou 16,5x21,6 cm) e 8x10” (20,3x25,4 cm), dimensões bem superiores às que mais tarde o termo foi utilizado para designar (informação de Rob McElroy, 10/09/2008).

⁷ Segundo Gernsheim (1988, p. 202), “no final dos anos 1870, tornou-se moda ter fotografias maiores penduradas na parede ou ao pé do piano”.

⁸ Em Espanha o novo formato tomou o nome de Tarjeta Americana, e em Itália de Ritratto Gabinetto.

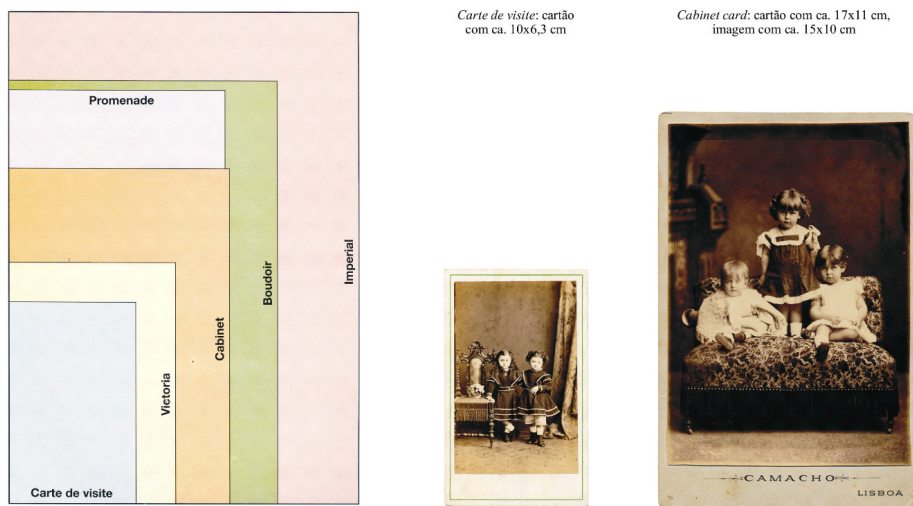


Figura 6: Dimensões relativas dos formatos fotográficos *Carte-de-visite* e *Cabinet card* (ou *Carte album*): Quadro dos principais formatos fotográficos oitocentistas (Marquez, 1995, p. 26); *Carte-de-visite* – Silva, Vicente Gomes da (Funchal, Madeira), Retrato de meninas; *Cabinet card* – Photographia Camacho (Lisboa), Retrato dos três filhos mais velhos do 5.º Conde de Linhares, 1884

Tanto as fotografias no formato *carte-de-visite* como no formato *cabinet* ou *album*, e, em particular, no que respeita o retrato de estúdio, continuaram a ser produzidas em Portugal até à primeira década do séc. XX. Este último formato foi progressivamente substituído por outro, com dimensões aproximadas, que foi o formato postal, que abordaremos seguidamente (Figura 7).

Como acima pretendemos expor, de forma resumida, ao contrário do que Sousa e Jacob sugerem, o bilhete-postal ilustrado não protagonizou “o início da chamada civilização da imagem” no quadro do “desenvolvimento da informação de massas” (Sousa & Jacob, 1985, p. 28). Ela desenvolveu-se antes do bilhete-postal ilustrado, com o aparecimento da fotografia e a extraordinariamente rápida expansão mundial da técnica da daguerreotípia, sobretudo como técnica de retrato acessível face às técnicas tradicionais de representação, motivo por que foi caricaturalmente denominada *La Daguerreotypomanie*, logo no ano da sua divulgação ao público, em 1839 (Gernsheim, 1982, p. 47; Morand, 2003, pp. 106-107)⁹. A civilização da

⁹ Maurisset (gravador) *La Daguerreotypomanie* (caricatura), Chez Aubert. Gal. Vero-Dodat. Imp. d'Aubert et C.ie, retirado de http://gallica.bnf.fr/Search?ArianeWireIndex=index&p=1&lang=PT&f_type doc=images&q=daguerreotypomanie

imagem continuou, posteriormente à fotografia, a desenvolver-se com a ampla difusão dos formatos fotográficos *carte-de-visite* e *cabinet*, desde o início dos anos 60 do século XIX, e das temáticas que neles foram comercialmente exploradas, além dos tradicionais retratos de estúdio, nomeadamente as obras de arte, os monumentos, as paisagens (humanizadas), e os costumes¹⁰.



Cabinet card: cartão c. ca. 17x11 cm, imagem com ca. 15x10 cm



Bilhete Postal ilustrado: cartão com ca. 14x9 cm



Figura 7: Bobone, Augusto (Lisboa), D. Carlos, Fotografia no formato *Cabinet card* (ou *Carte album*), ca. 1890s-1900s, e bilhete postal da mesma imagem impresso em papel fotográfico no Reino Unido, e circulado a 15/02/1908

A CARTA E O BILHETE-POSTAL: ANTECEDENTES DE COMUNICAÇÃO TEXTUAL

A circulação através do correio da palavra escrita, sob a forma de carta, e, em particular, o uso de bilhetes informais que tradicionalmente eram mandados entregar ao destinatário através de um mensageiro, deram origem ao aparecimento do inteiro postal, como forma mais económica e expedita de enviar breves mensagens informais pelo correio¹¹. Sendo os *inteiros postais* objetos “que comportam um selo impresso oficialmente

¹⁰ O *Jornal do Porto*, Porto, ano 2, n.º 23, 28/01/1860, p. 4.

¹¹ Custavam cerca de metade de uma carta ou mesmo menos de metade e, antes do aparecimento dos telegramas e do telefone, eram a forma mais rápida de comunicar (Willoughby, 1993, p. 10, 13); *Cartão-postal*; *Ateliers Artisticos* [...], s.d., p. 9). De notar que, apesar de neste último texto a expressão *Cartão Postal* ter sido usada para designar os bilhetes postais, em rigor, ela utiliza-se para referir outra forma de Inteiro Postal (Lamas & Marques, 1985a, p. 151).

autorizado ou uma marca ou inscrição indicando que um determinado valor facial, referente a um serviço postal ou relacionado, foi previamente pago”, abrangendo uma variedade significativa de formas, neste caso interessam-nos especificamente os bilhetes-postais, também designados por *inteiros bilhetes-postais* (Sousa & Jacob, 1985, p. 27). Os primeiros inteiros bilhetes-postais eram cartolinas com cerca de 9x14 cm, de espessura e tom variável, tendo de um lado impressos o selo de correio, nalgumas edições o espaço para a colocação do carimbo de circulação do correio, a designação *bilhete-postal* ou *carte postale*, e umas linhas para escrever o nome e morada do destinatário. Do outro lado, a folha lisa sem qualquer impressão, para escrever a correspondência¹².

No império Austro-Húngaro foram pela primeira vez postos em circulação a 1 de outubro de 1869, e a venda de 3 milhões de exemplares em três meses augurou uma carreira de sucesso. A partir do ano seguinte foram sucessivamente introduzidos nos Estados Unidos da América e outros países da Europa e do mundo. Em Portugal continental, na Madeira e nos Açores, os primeiros inteiros bilhetes-postais oficiais começaram a circular a partir de 1878, na Índia portuguesa de abril de 1882, em Angola, Cabo Verde e Guiné, de 1 de janeiro de 1885, em Moçambique e em Macau do mesmo ano, e em Timor a partir de 1892¹³ (Figura 8).

Os inteiros postais introduziram uma nova prática: a de enviar mensagens pelo correio sem qualquer proteção exterior, com conteúdo de natureza pessoal ou profissional, embora de caráter não reservado, uma vez que podia ser lida pelos carteiros ou por outra pessoa que não o destinatário. Uma solução adotada para limitar este problema, que permitia uma privacidade relativa, foi o uso da escrita “encriptada” ou de difícil legibilidade pela sobreposição de texto escrito em duas direções perpendiculares, por vezes acrescida da dificuldade de ser escrita por portugueses numa língua estrangeira, sobretudo na língua francesa, a mais utilizada pelas classes cultivadas. É claro que, se o teor da mensagem o exigisse, o bilhete-postal podia ser enviado dentro de um envelope fechado, embora esta opção não possa ser considerada característica dos bilhetes-postais. Em Portugal foram produzidos sobrescritos oficiais isentos de franquia para este fim, desde 1896 (Lamas & Marques, 1985a, pp. 144-148), e sobrescritos particulares pelo menos a partir de 1905 (Lamas & Marques, 1985a, pp. 148-150), sendo alguns ilustrados (Figura 9).

¹² Nos inteiros bilhetes-postais, dependendo das edições, foram usadas cartolinas finas (0,16 a 0,18 mm), médias (0,20 a 0,22 mm) e grossas (0,26 a 0,28 mm) (Lamas & Marques, 1985a, pp. 7-19).

¹³ Sousa e Jacob (1985, p. 27); Lamas e Marques (1985a, pp. 7-9; 1985b, p. 7, 8, 24, 55, 70, 84, 106, 130, 131, 134, 135, 182, 183, 194, 195).

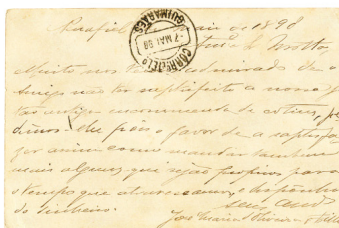
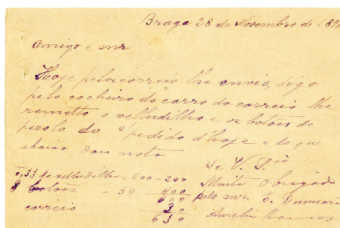
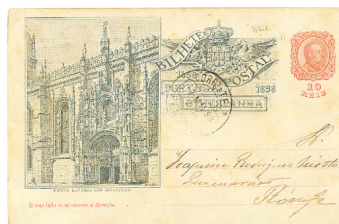


Figura 8 (esquerda): Inteiro bilhete-postal português, editado e circulado em 1896

Figura 9 (direita): Bilhete-postal ilustrado (não fotográfico), impresso e circulado em 1898

Tal como noutras formas de comunicação visual (linguagem das flores, dos leques, etc.), a colocação dos selos na correspondência amorosa, incluindo os postais, foi objeto de um processo de codificação muito sumário, a avaliar por um postal que circulou em Portugal em 1904 com o título “A verdadeira linguagem dos sellos” (Figura 10)¹⁴.



Figura 10: “A verdadeira linguagem dos sellos”. Bilhete-postal ilustrado circulado em Portugal em 1904 (coleção particular)

¹⁴ Araújo (2012). A linguagem dos selos. Blogue *Postais ilustrados*, retirado de <http://postaisilustrados.blogspot.pt/2012/10/a-linguagem-dos-sellos.html>

A título de curiosidade, devemos notar que, mesmo nos inteiros postais não ilustrados a fotografia está “presente”, desde muito cedo, uma vez que alguns dos retratos dos monarcas nas estampilhas impressas foram executados a partir de fotografias, como é o caso documentado do retrato de D. Carlos, nos selos dos inteiros bilhetes-postais editados entre 1896 e 1908, executado a partir de um retrato tirado pelo fotógrafo Augusto Camacho, de Lisboa, na primeira metade dos anos 90 (Ramalho, 1985, p. 53; Nobre, 2002, p. 80; Lamas & Marques, 1985a, p. 21, 28, 29) (Figura 8).

NORMALIZAÇÃO DOS FORMATOS

Tanto no caso da carta de correio, como nos da fotografia e dos bilhetes-postais, ocorreram processos de normalização dos formatos, destinados a facilitar a sua produção, circulação através dos correios e adaptação e suportes de conservação e exposição, tendo dominado um formato com cerca de 9x14 cm, muito próximo do das cartas escritas, e praticamente com as mesmas dimensões das imagens do formato *cabinet* ou *album* fotográfico (Figura 8).

Dando continuidade a ideias lançadas por Rowland Hill (1837-1841), Heinrich von Stephan (1865-1874) e Emanuel Herrmann (1869), a Union Générale des Postes ou General Postal Union (1874-1878), reuniu 22 países numa conferência internacional, em Berna em 1874, da qual resultou um tratado internacional sobre o tema¹⁵. A U.G.P. e, posteriormente, a Union Postale Universelle (1878-), que lhe deu continuidade com um aumento progressivo do número de países membros, promoveram conferências internacionais com uma certa regularidade, dando passos decisivos na aprovação de acordos postais internacionais e a normativa oficial relacionada com o bilhete-postal, nomeadamente a consideração do território dos países membros como um só território postal (1874), a realização de um trabalho de normalização do formato postal, das taxas pré-pagas, e da internacionalização de modelos formais (bilhetes-postais) e operacionais (serviços postais) (Willoughby, 1993, pp. 22-32).

Em virtude da prática de distribuição pelos correios, as dimensões dos bilhetes-postais foram por vezes alteradas para se aproximarem das dimensões dos envelopes de correio comum. Mais do que uma mera coincidência, pensamos que a proximidade, ou mesmo convergência dimensional dos formatos de carta de correio, do *cabinet* fotográfico e do bilhete-postal, traduz a eficácia de um formato que era económico, permitia uma

¹⁵ General Postal Union; The UPU.

boa legibilidade e um fácil manuseamento, pelas suas dimensões ergonomicamente adequadas à mão humana. Curiosamente, e talvez não por acaso, as dimensões do formato de papel A6 (10,5x14,8 cm), ou seja, o nosso formato de papel corrente de escrita e impressão (A4), dobrado em quatro, são muito próximas das dos referidos suportes.

O APARECIMENTO DOS BILHETES-POSTAIS ILUSTRADOS: SUPORTE DE CONVERGÊNCIA DE TEXTO E IMAGEM

Se nas fotografias trocadas entre amigos e conhecidos, se costumava escrever notas descritivas da imagem ou dedicatórias de oferta, são muito raros os exemplos do uso de imagens fotográficas como suporte de uma comunicação interpessoal que ultrapasse este âmbito restrito.

A inovação fundamental do bilhete-postal ilustrado relativamente à anterior tradição de produção de imagens foi a de lhe conferir uma nova identidade, unindo duas formas de comunicação que até então circulavam independentemente – imagem e texto – embora, como vimos, pontualmente associadas, uma vez que as fotografias eram, por vezes, enviadas dentro de cartas. Nos primeiros bilhetes-postais ilustrados foram integrados, num mesmo suporte, as componentes da comunicação escrita tal como foi definida no inteiro bilhete-postal e da comunicação através da imagem (Figura 9). Esta não aparece apenas como um elemento decorativo, ou mesmo estruturante da superfície do bilhete, mas como representação com um valor em si, ou seja, por um lado integrada no suporte mas, simultaneamente, como forma de comunicação visual autónoma. A importância das imagens nos bilhetes-postais ilustrados mais antigos é atestada pelo aumento progressivo do espaço que foram ocupando, levando à libertação completa de um dos lados do bilhete para a sua inserção. Esta alteração obrigou o espaço onde se escrevia o destinatário e o selo de correio a passar para o lado inicialmente reservado à correspondência. Com a sua passagem para o verso do bilhete-postal, teve de ser estabelecida uma disciplina de organização, nem sempre observada por quem escrevia no postal. Assim, a partir de cerca de 1904-1905, o verso foi dividido por uma linha impressa – também designada por *credit line*, por nela vir por vezes impresso o nome do editor, do fotógrafo, ou do fabricante do papel fotográfico no caso dos bilhetes-postais fotográficos – ficando o lado esquerdo reservado à mensagem escrita, e o lado direito ao nome e morada do destinatário, e ao selo de correio (Sousa & Jacob, 1985, pp. 30-31).

Com a impressão de uma imagem (fotográfica ou não) de um lado, e a disponibilização de uma superfície adequada à escrita do outro, o bilhete-postal ilustrado permitiu complementar o conteúdo pessoal de uma mensagem ao estímulo visual da imagem. Uma associação que propiciava na elaboração do texto referências ao tema da imagem, pela associação de conteúdos, ou mais especificamente por ilustrar o local onde o bilhete foi escrito, por exemplo, no contexto de uma viagem.

Os anteriores sistemas de produção e consumo de imagens, inadequados à introdução de correspondência textual, e particularmente as fotografias no formato *cabinet*, sofreram uma significativa redução no volume do seu negócio a favor do recém-introduzido bilhete-postal ilustrado. Apesar disso, aquele formato, com ligeiras variações dimensionais, alterações das características do suporte e outra aparência formal, manteve um lugar no mercado fotográfico até ao presente.

Outra inovação que teve um papel importante no significativo sucesso obtido pelo bilhete-postal ilustrado no mercado dos meios de comunicação visual, foram os fatores económicos da sua produção. O bilhete postal ilustrado impresso por técnicas fotomecânicas permitia grandes tiragens a preços económicos, sem a morosidade envolvida na impressão fotográfica. O facto de ser impresso em cartolina de uma certa gramagem¹⁶, conferindo-lhe resistência estrutural própria, também eliminou a necessidade de recorrer à colagem da fina e frágil imagem fotográfica num cartão rígido, economizando significativamente, não só nos custos de produção como nos de circulação pelo correio, pela redução significativa do seu peso.

Mais do que estabelecer uma rutura com a tradição visual e a forma das fotografias, o imaginário da edição postal ilustrada proporcionou-lhe uma continuidade adaptada a novas práticas sociais (Figuras 7 e 11).

Os primeiros bilhetes-postais ilustrados de edição oficial circularam desde Portugal continental e dos Açores a partir de 4 de março de 1894, e desde Macau a partir de 1 de abril de 1898. Em junho de 1895 surgiram em Portugal continental e nos Açores os primeiros bilhetes-postais ilustrados de edição particular (Sousa & Jacob, 1985, p. 29, 71; Lamas & Marques, 1985a, p. 19, 20; Lamas & Marques, 1985b, p. 12, 114, 115). Num período inicial os comerciantes portugueses venderam sobretudo bilhetes-postais ilustrados estrangeiros, mais apelativos do que as ainda incipientes ilustrações portuguesas, mas, a partir dos últimos anos do século XIX, rapidamente surgiram editores nacionais que foram marcando a sua posição

¹⁶ Nos inteiros postais, dependendo das edições, foram usadas cartolinas finas (0,16 a 0,18 mm), médias (0,20 a 0,22 mm) e grossas (0,26 a 0,28 mm) (Lamas & Marques, 1985a, p. 7, 8, 14).

neste mercado, e em meados da primeira década do século XX as edições fototípicas de vistas nacionais já tinham conquistado um espaço significativo do mercado nacional (Sousa & Jacob, 1985, pp. 27-28).

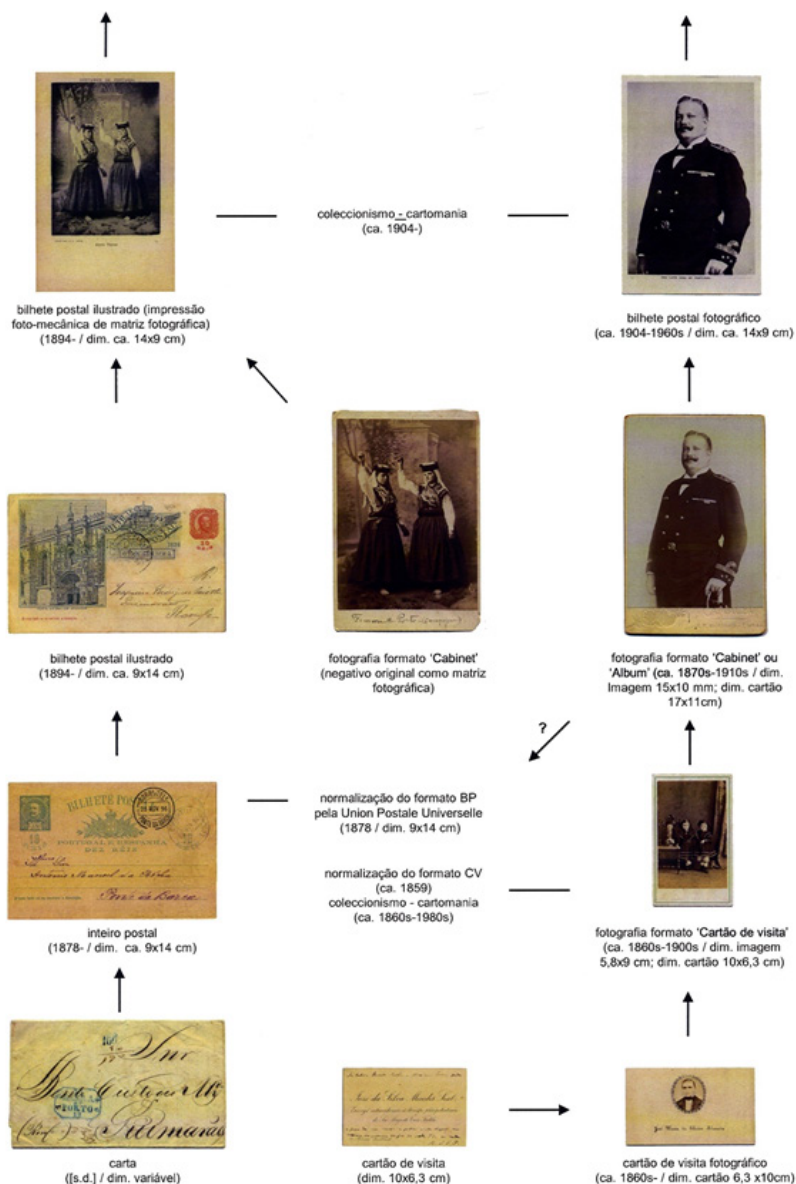


Figura 11: Quadro-resumo da origem e evolução dos principais formatos fotográficos e dos bilhetes-postais

O COLECIONISMO DE POSTAIS ILUSTRADOS

Tal como acontecera com as fotografias nos formatos *carte-de-visite* e *cabinet* (ou *album*), os bilhetes-postais ilustrados, particularmente os editados em séries numeradas, tornaram-se rapidamente objeto de coleção, dando origem a uma nova “cartomania”, com uma particularidade que decorre naturalmente da sua conceção: para além do âmbito dos contactos pessoais, dominante na oferta e troca de imagens fotográficas, a troca de postais ilustrados entre os seus devotos colecionadores fazia-se, de forma significativa, através do correio, mantendo correspondência e dando uso regular à função para que foram concebidos. Desta forma os colecionadores viam aumentar o seu espólio de vistas de cidades e paisagens, costumes e retratos de celebridades. Para serem guardados, organizados, e mostrados à família e amigos, produziram-se e comercializaram-se álbuns adequados ao novo formato. Tal como aconteceu com alguns temas fotográficos de interesse coletivo, os postais ilustrados editados profissionalmente foram vendidos em quiosques, tabacarias, livrarias, papelarias e armazéns que comercializavam uma grande diversidade de produtos. O comércio e o colecionismo dos postais ilustrados tiveram um auge relativo entre 1904 e 1907, mas a sua produção e consumo continuou em crescendo até ao final da primeira guerra mundial (Sousa & Jacob, 1985, p. 28, 36; Willoughby, 1993, p. 7, 10, 13; Peixoto, 2000, pp. 186-187). Em 1917 foi descrito em Portugal como “a mais expressiva e gentil forma de correspondência moderna”, por oposição à “secura mercenaria do telegrama” e à “intimidade, fastidiosa, grave, perigosa das duas folhas de papel de carta” (C., 1917, p. 104). A expansão do seu uso atingiu um ponto que justificou mesmo a abertura de casas especializadas na sua comercialização¹⁷.

TEMÁTICAS DOS POSTAIS ILUSTRADOS E TRADIÇÃO FOTOGRÁFICA

A partir de finais do século XIX e inícios do século XX a fotografia atingira já a sua maturidade como produto cultural, servindo diversos propósitos no âmbito da comunicação visual. O registo fotográfico servia de matriz a múltiplas tiragens impressas em formatos variados, que incluíam o bilhete-postal ilustrado, comercializado avulso ou em coleções, e impresso em várias técnicas fotográficas e fotomecânicas.

Além do tradicional retrato, dominavam os temas de interesse coletivo como os espaços urbanos, costumes tradicionais e personalidades,

¹⁷ A título de exemplo, mencionaremos a “Casa dos Postaes”, em Braga, cerca de meados da segunda década do século XX.

entre outros. A sociedade que a consumia sob estas formas revia-se nela, e através dela reforçava a sua consciência de coletivo. Assim, as imagens fotográficas ou de matriz fotográfica, amplamente difundidas, adquiriram um significado importante como portadoras dos signos identitários que definiam o “nós” e os “outros”, desde o nível local ao civilizacional, passando pelo regional e pelo nacional. No âmbito temático, a produção de bilhetes-postais ilustrados refletia, como já dissemos, os temas comercializados desde os anos 60 do século XIX em suporte fotográfico. Dominavam claramente as imagens de espaços e edificações urbanas, normalmente organizadas em séries por localidades. Nalguns casos, estas imagens, impressas em tiragens limitadas, têm atualmente uma grande importância documental por constituírem memórias visuais, virtualmente únicas, de espaços urbanos profundamente transformados (Figura 12). As vistas e paisagens em que o homem e a sua intervenção no território está sempre presente também foram significativamente exploradas. Outro tema de importância fundamental eram os retratos de “tipos e costumes”, que procuravam elaborar um retrato da população rural mostrando a diversidade dos trajes tradicionais das várias regiões e localidades do país.



Figura 12: Autor não identificado, Vistas de Espozende. Dois bilhetes-postais fotográficos, circulados em 1904



Figura 13: Emilio Biel & C.^a (Porto), Costumes populares, ca. 1876-80. Imagens editadas nos formatos *Cabinet* (ca. 1876-80) e *Postal* (ca. 1900s), das mesmas imagens, pelo mesmo estabelecimento fotográfico

Normalmente as pessoas eram retratadas em estúdios profissionais (Figuras 13 e 14) ou, com menos frequência, no exterior, exercendo as suas atividades quotidianas. Infelizmente, com alguma frequência os fotógrafos encenavam estas imagens e nem sempre foram rigorosos na identificação dos locais e circunstâncias em que os trajes eram usados. Outro tipo de retratos que teve grande difusão através dos bilhetes-postais foi o dos representantes da nação, como a família real antes de 1910, e os presidentes e ministros republicanos depois desta data (Figura 15). A comercialização das suas imagens continuou a servir para estabelecer uma aproximação entre os líderes políticos e a população, reforçando os elos que os ligavam. Tal como acontecera com as fotografias, os retratos destas personalidades e os de outras figuras notáveis, também se comercializavam nas principais casas de estampas.



Figura 14: Carvalho, José Albino Pereira de (fotógrafo amador), Aldeã de Santa Marinha (Viana do Castelo), série impressa em grande formato (ca. 1897) e editada no formato bilhete-postal no *Álbum Costumes de Portugal* (ca. 1910s)



Figura 15: Photographia Vasques (Lisboa), Sidónio Pais. Imagem fotográfica impressa em grande formato e no formato de bilhete postal; impressão fotomecânica no formato de bilhete-postal e na capa da *Ilustração Portuguesa* (Lisboa, 2.ª série, n.º 625, 11/02/1918)

Nesta época, a burguesia urbana que adquiria postais ilustrados e se correspondia fazendo uso deles, já não limitava o objeto do seu interesse aos valores patrimoniais da nação, ou a países exóticos de interesse histórico e aos seus habitantes, mais ou menos tipificados, com os quais tomavam contacto em viagens que contribuíam significativamente para a formação cultural, como acontecera com a fotografia até finais do século XIX. Com frequência inscrevia o seu uso no contexto de uma prática de passeio nos dias de folga laboral, nas férias, em “saudáveis” estadias sazonais “a banhos” ou nas termas, e em viagens de cariz claramente lúdico. Tratava-se de um turismo de lazer, à descoberta de um mundo relativamente próximo mas ainda desconhecido (Figura 20) (Willoughby, 1993, p. 7). Com a difusão do bilhete-postal ilustrado, o inventário visual do mundo já não estava restrito às estampas da biblioteca particular ou aos álbuns fotográficos dos *Grand Tours*, encadernados a couro e ferros. Agora, cabia na gaveta de uma escrivaninha ou numa caixa de cartão dentro de um armário de roupa.



Figura 16: Foto Zalez, Gerês – Cascata das Caldas, Ed. da Comissão de Iniciativa e Turismo do Gerez (ca.1938); Autor não identificado, Olhão – Portugal – Parte antiga da Villa, Olhão: Ed. Souza & Ventura, Lda., s.d.

Nos anos 30 do século XX, verificamos em Portugal a produção pontual de postais ilustrados de qualidade visual significativa, menos

preocupados com a vertente documental da imagem e fortemente influenciados por uma estética pictoralista. Dela são exemplo imagens de fotografos pouco conhecidos (Figura 16) e as vastas séries bucólicas produzidas na região de Entre Douro e Minho por Domingos Alvão (Vieira, 1981, pp. 42-49; Sena, 1998, pp. 212-216; Figueiredo, 2000).

As referências estéticas dos postais de matriz fotográfica estão claramente enraizadas na estética fotográfica e neles também verificamos a sua evolução. Não nos parece claro que o formato postal tenha dado origem a uma linguagem visual nova, ou a formas originais de comunicação através da fotografia.

AS TÉCNICAS DE IMPRESSÃO

Desde o seu aparecimento, as técnicas de impressão fotomecânica e fotográfica utilizadas na impressão do bilhete-postal ilustrado foram muito diversas e, em muitos casos, são de difícil identificação. A sua introdução e prática em Portugal está pouco e, por vezes, mal estudada.

Os primeiros bilhetes-postais ilustrados reproduziam imagens não fotográficas (Figura 9), mas rapidamente se começaram a imprimir imagens fotográficas com técnicas fotomecânicas, como a cromolitografia, a fototipia, muito usada na impressão de ilustrações de publicações e de imagens avulsas desde o início dos anos 80 até cerca do final da primeira década do século XX, e a fotogravura¹⁸ introduzida em Portugal nos anos 90¹⁹.

Um dos primeiros processos utilizados para produzir composições de vistas das principais localidades na segunda metade dos anos 90 do século XIX foi o da cromolitografia, a uma, duas ou mais cores, tradicionalmente impressos na Alemanha²⁰, mas também impressos no Porto e em Lisboa a partir de 1895²¹. Outro tema de que se imprimiu um número significativo de edições em cromolitografia, foram os costumes portugueses.

¹⁸ Termo aqui utilizado não como a designação específica do processo fotomecânico homónimo, mas como designação genérica de uma série de processos fotomecânicos em relevo, praticados no meio impresso, de acordo com a nomenclatura utilizada por Sena (1998, p. 144).

¹⁹ José Pires Marinho (1894), e Castelo-Branco e Alabern (1895), em Lisboa; Marques Abreu (1898), e as oficinas do *Commercio do Porto* (ca. 1890s-1900s), no Porto (Sena, 1998, pp. 143-145, 200-201).

²⁰ Também são por vezes designados por postais tipo “Grüss”, porque, em edições alemãs deste tipo, neles aparece impressa a frase “Grüss aus [...]”, fórmula destinada a enviar as “Saudações de [...]” de quem viajava desde o local descrito na imagem e de onde escrevia o postal. Noutras edições cromolitográficas impressas em Portugal aparece impressa em francês a frase equivalente: “Souvenir de [...]” ou “Recordação de [...]”.

²¹ Pró-Associação Portuguesa de Cartofilia (2004); Sousa e Jacob (1985, p. 31).

A maioria dos primeiros postais de matriz fotográfica impressos no nosso país usou o processo planográfico da fototipia²², aqui introduzido em 1875, na sua variante de Carl Heinrich Jacobi, pela intervenção e a expensas de Carlos Relvas, um fotógrafo amador internacionalmente conhecido²³. Foi amplamente utilizado a partir dos anos 80 do século XIX na impressão de imagens fotográficas e particularmente na edição de publicações ilustradas, tendo sido o seu incontestado expoente a firma Emílio Biel & C.^a (antiga Casa Fritz), no Porto. Para impressões de qualidade, este processo apenas cedeu o seu lugar a outras técnicas no século XX. São exemplo do uso desta técnica de impressão, os postais editados pela família Carneiro, de comerciantes bracarenses. Neste e noutros casos do país, verificamos o percurso de um fotógrafo amador integrado numa família ligada ao comércio que rapidamente direcionou a sua prática para a produção, edição e comercialização de bilhetes-postais ilustrados²⁴, bem como de publicações ilustradas com vistas locais²⁵, preenchendo assim um vazio no mercado deste tipo de imagens aos níveis local e regional. Os negativos originais são em emulsão gelatina – sais de prata sobre chapas de vidro no formato 13x18 cm, permitindo um corte das margens e enquadramento, ou recorrendo pontualmente à redução dimensional do original. Curiosamente, apesar de a técnica de impressão fototípica estar desenvolvida em Portugal, não é claro que os bilhetes-postais fototípicos editados em Portugal tenham sido cá impressos.

Ao falarmos de imagens de matriz fotográfica referimo-nos não só aos bilhetes-postais fotográficos, mas sobretudo aos que, utilizando como registo original uma imagem fotográfica, foram impressos por processos

²² O mesmo que *collo type* na cultura anglo-saxónica, ou *phototypie* ou *photocollographie* na cultura francófona.

²³ Vicente (1984, pp. 56-62, 68-73, 77); Sena (1998, pp. 97-100); Mesquita et al. (2003, pp. 32-36, 39-44, 395-397); Oliveira (2006, pp. 69-71).

²⁴ Fotografias de Manuel Marques Carneiro, fotógrafo amador, editadas pelo seu pai Bernardo Carneiro, em 1899 (conhecemos exemplos de postais circulados em 1901-1902), e, após o falecimento deste em 1902, editadas pelo próprio Manuel Carneiro, em 1903 e em 1905 (conhecemos exemplares circulados em 1903-1905). Para a edição de postais fototípicos coloridos a aguarela a três cores, mais dispendiosos, Manuel Carneiro associou-se ao irmão sob a designação de *Manoel Carneiro & Irmão*, a firma que continuou com o estabelecimento comercial de Bernardo Carneiro, na rua do Souto, após o seu falecimento.

Mateus (1981, pp. 82-86); Oliveira (1979); Oliveira (2009, p. 5); *O Commercio do Minho*. Braga, ano 31, n.º 4517, 26/05/1903, p. 3 (info. de Catarina Miranda).

²⁵ Também editados pelos irmãos Carneiro associados: *Álbum de Braga*. Braga: Manoel Carneiro & Irmão, 1904; *Álbum da Sé de Braga*. Braga: Manoel Carneiro & Irmão, [ca. 1904].

Oliveira (1979, p. 18); *O Commercio do Minho*. Braga, ano 32, n.º 4670, 02/06/1904, p. 2 (info. de Catarina Miranda).

fotomecânicos, com matrizes planográficas²⁶, em relevo ou fototipográficas²⁷, ou em oco ou cavadas (também designadas por encavo ou entalhe)²⁸.

Alguns destes processos fotomecânicos foram aperfeiçoados e introduzidos em Portugal por pessoas ligadas à fotografia, no contexto do desenvolvimento de técnicas de produção em série de imagens de meios tons permanentes, em tiragens significativas no meio impresso (Rodrigues, 1876, 1879), uma vez que um negativo fotográfico, dada a sua fragilidade, permitia um número relativamente limitado de tiragens de uma mesma matriz.

A maioria das imagens que conhecemos impressas no formato de bilhete-postal por processos fotomecânicos foi reproduzida a partir de originais fotográficos e, com frequência, também foram impressos e comercializados em vários formatos de papel fotográfico. Com o desenvolvimento da edição de bilhetes-postais ilustrados, os editores de publicações e folhetos turísticos recorreram com frequência aos arquivos de fotógrafos profissionais para selecionar séries de imagens e preparar a impressão de edições (Figura 17).

Nos exemplos de impressão fotomecânica que conhecemos em edições portuguesas, a simulação aproximada das cores naturais foi obtida por meios fotomecânicos (cromolitografia, 1895-) ou mesmo manuais (pintura a aguarela com ou sem *stencil*, a partir de finais dos anos 90), sobre fototipia a preto. Mais tarde, foi introduzida a fotografia a cor no circuito comercial, predominantemente impressa por técnicas fototipográficas, através da obtenção de matrizes com filtros de separação de cor, que depois eram impressas em registo, pela técnica da tricromia (sistema RGB) ou da quadricromia (sistema CMYK). Apesar disto, ainda se coloriam de forma primária e algo grosseira postais em Portugal em meados do século XX. Nada disto está seriamente estudado neste país, sendo frequente encontrarmos em publicações sobre postais ilustrados uma identificação errada de processos de impressão, mesmo a preto e branco.

²⁶ Cromolitografia; fototipia; fotozincografia; *offset*.

²⁷ Similigravura; fotogravura química ou heliogravura tipográfica, *halftone*.

²⁸ Heliogravura de Dujardin; fototipogravura sobre cobre; fotogravura de Goupil; fotogravura de Klic; rotogravura de Brandweiner.



Figura 17: Santos Lima (Braga), Gruta do Bom Jesus. Fotografia em grande formato; folheto turístico do Bom Jesus do Monte, com fotografias de Santos Lima (Braga), matrizes fotomecânicas de Marques Abreu (Porto), impressão de Raul de Caldeilla & Ramiro Antas (Porto), distribuído pelo Grande Hotel do Parque (Bom Jesus, Braga); bilhetes-postais editados pela Confraria do Bom Jesus do Monte e pelo Asilo D. Pedro V (Braga)

O BILHETE-POSTAL FOTOGRÁFICO

A partir de cerca de 1905 os fotógrafos e, em particular, os amadores, começaram a imprimir as suas imagens em papel fotográfico produzido industrialmente no formato do bilhete-postal²⁹. Era vendido em caixas ou envelopes e trazia no verso impressas as linhas estruturadoras dos postais que circulavam através dos correios: o lugar para o texto escrito ao destinatário, para a morada deste, e para o selo do correio, de forma a facilitar o seu uso. Comercializado nos estabelecimentos fotográficos a partir do início do século XX (Figura 18), este papel foto-sensível difundiu-se rapidamente entre os amadores e instalou-se progressivamente como formato de referência na impressão de retratos e vistas. Tal como anteriormente acontecera com outros formatos fotográficos, a sua normalização teve um papel importante na economia da sua produção industrial, tornando o seu

²⁹ Pró-Associação Portuguesa de Cartofilia (2004). Designados nos países anglo-saxónicos por *Real Photographic (Postcard)* ou abreviadamente *RP*.

preço mais acessível, bem como na produção de material fotográfico e de laboratório. Uma vasta gama de aparelhos e acessórios apareceu no mercado para os praticantes do novo formato. O seu fabrico continuou a ser efetuado no estrangeiro e importado, como a quase totalidade dos materiais e aparelhos fotográficos. Nas principais cidades, como Lisboa e Porto, os amadores contavam já, desde há algum tempo, com laboratórios fotográficos que podiam alugar para revelar as suas próprias imagens.

O papel fotográfico sensibilizado era vendido em caixas ou envelopes e já trazia no verso impressas as linhas estruturadoras dos postais que circulavam através dos correios: o lugar para o texto escrito ao destinatário, para a morada deste, e para o selo do correio. Desta forma, os fotógrafos profissionais e os amadores podiam produzir postais personalizados, com o retrato do remetente, de familiares e amigos (Figuras 19 e 20), com a imagem da sua casa, dos locais que visitou durante um passeio e dos acontecimentos que presenciou (Figura 21). O aspeto final tinha uma certa qualidade, nalguns casos muito próxima à de um bilhete-postal editado por uma casa especializada. Com frequência, os profissionais e os amadores imprimiam no verso a sua identificação ou mesmo na frente a carimbo seco.

Ao contrário do que acontecera nas primeiras décadas do século XX, os bilhetes-postais impressos em papel fotográfico a preto e branco tiveram grande difusão no meio profissional entre as décadas de 40 e 60³⁰, tendo sido posteriormente abandonada a favor de técnicas de impressão fotomecânica a cor como o *offset* em tricromia. Desconhecemos a existência de bilhetes-postais em que a cor seja obtida por um processo fotográfico, supomos que devido às limitações técnicas e também económicas da fotografia a cor. Se nos parece claro porque é que nas primeiras décadas do século XX o bilhete-postal fotográfico não foi usado para tiragens significativas de bilhetes-postais, já não nos parecem claros os motivos que levaram um número significativo de fotógrafos e editores a optarem por este tipo de impressão neste período mais recente. Talvez o facto se deva a um gosto pela grande qualidade e detalhe das imagens fotográficas impressas em papel brilhante. Seja como for, não foi um caso português, mas de expansão mundial.

³⁰ A título de exemplo, citamos as edições de imagens de Braga obtidas pela Foto Beleza (Porto), António Passaporte (“Loty”, Lisboa), e Arcelino de Azevedo (Braga).

PHOTO-VELO-CLUB

232, Rua de Sá da Bandeira, 234

O mais vasto e o mais bem sortido estabelecimento da Península, para o fornecimento de artigos de Photographia, Desenho, Pintura e Bicycletia

Preços desafiando toda a concorrência

Extracto dos preços correntes

Maió de 1901

Artigos absolutamente garantidos

Escola pratica de photographia, gratuitamente posta á disposição dos clientes da casa.

N. B.—Nenhum dos artigos da presente lista é por nós considerado como ordinario. Propositadamente deixamos de catalogar aquellos que, a nosso vêr, são mera bricadeira ordinaria.

Tudo portanto, que catalogamos, é

Absolutamente garantido



48 Photo-Velo-Club

NOVIDADE

PAPEL "IRIS,"

A esplendida qualidade d'este papel, não está á par do seu preço mínimo — 290 reis á pacotela de folhas:

24	12	6
9\$12	13\$68	18\$64

Adaptando-se á qualquer banho de virgem simples ou combinado, tem o papel Iris uma camada de gelatina muito resistente, aguantando-se bem no verão com as aguas as mais cheias em temperura—o que se não dá com as demais marcas—e virando sempre em pouco tempo do necessario para os papéis similares.

Como indicação accordeite, aconselhámos os consumidores a não abandonarem as provas nos banhos, e a examiná-las com attenção durante a viragem, porque um excesso de demora, pode occasionar o amarellecimento parcial ou total da prova.

Os tons negros obtêm-se com este papel, desde que a temperura dos banhos seja muito baixa e os clichés que serviram á impressão muito attentos, de fórma a fazer-se uma impressão á fundo.

Logo que as folhas mais estejam viradas, dentro do banho, as provas devem retirarse. Uma vez secas, o tom das provas é sempre muito mais escuro.

Fabrica-se como os demais em nuances Branca, Rosa e Violeta.

CARTÕES POSTAES IRIS

ALTA NOVIDADE

Fasta de 10. 240 \$8.

Este artigo presta ao amador o serviço de poder enviar os seus conhecidos, elegantes recordações das suas tribuções photographicas.

Figura 18: Photo-Velo-Club (Porto). Catálogo de 1901 (p. 1, 48), com material para imprimir no formato postal

UNION POSTALE UNIVERSELLE
PORTUGAL
CARTÉ POSTALE, BILHETE POSTAL

Espace réservé á correspondance. Espace réservé á direction.

Bilhete Postal
FOTO-MEDINA—F. MIRANDA & C.^a
RUA FORMOSA, 407-1—PORTO



Figura 19: Retratos de estúdios profissionais impressos no formato postal, 1900s Foto-Medina, de F. Miranda & C.^a (Porto), Grupo familiar; Emilio Biel & Co. (Porto), Menino com traje de Carnaval



Figura 20: Coelho, Braz (fotógrafo amador, Porto), Retrato do autor, cena campestre e passeio de burricos no Sameiro (s.d.). Fotografias no formato bilhete postal



Figura 21: João (fotógrafo amador), Ida à romaria do Sr. da Pedra, 1908; Rocha, F. A Urzedo (fotógrafo amador), Crianças e romaria, S/L, s.d.

FORMATOS E REGISTOS POSTAIS MENOS CONVENCIONAIS

As imagens estereoscópicas foram editadas com as dimensões convencionais do bilhete-postal, em impressões sobre papel fotográfico (Mascarenhas, Vicente, Silva & Basili 1998, p. 73, n.º 96)³¹ e por processos fotomecânicos (Figura 22), contendo duas imagens obtidas com uma distância equivalente à dos olhos humanos, que, observadas através de um visor próprio, permitiam a perceção do espaço fotografado a três dimensões, sugerindo vários planos de profundidade. As imagens em formato panorâmico também foram introduzidas na impressão de postais, com cerca de 9 cm de altura e comprimento variável, sendo alguns desdobráveis. Estas edições estereoscópicas e em formato panorâmico, menos convencionais na edição postal, foram amplamente praticadas e comercializadas pelos fotógrafos desde os anos 50 do século XIX, tendo-se posteriormente adaptado aos condicionamentos dimensionais, de suporte e técnicas de impressão comuns na produção do postal ilustrado.

Do ponto de vista temático o universo dos postais, tal como o fotográfico, é muito vasto e, além das já referidas, abrange áreas importantes como a reprodução de obras de arte, a publicidade, o humor, etc. Aqui referir-nos-emos apenas a duas abordagens menos comuns, que foram as séries de reportagem, como a fotografada por Arnaldo Garcez na frente portuguesa em França durante a I Guerra Mundial³² (Figura 23), e a ilustração de histórias através de uma sequência de postais, de que é exemplo a encenada, fotografada e editada pelo madrileno Kaulak (Antonio Cánovas), em 1900, ilustrando o texto de Campoamor *Quién supiera escribir!...*, na qual uma mulher do campo pede a um padre que lhe escreva uma carta ao namorado. Foi impressa em Paris em heliogravura por Dujardin em 1900, com uma sequência de pelo menos 19 imagens, e reeditada em 1902 com o título *Las Doloras*, numa sequência abreviada de 10 imagens, tendo vendido, entre 1902 e 1905, cerca de 180.000 coleções (López Mondéjar, 1999, p. 65, 125; Kurtz & Ortega, 1989, p. 175).

O século XX e o início deste século também assistiram à produção continuada de retratos mais ou menos ingénuos ou humorísticos no formato postal, tirados em feiras, romarias e locais de peregrinação religiosa

³¹ Imagens do fotógrafo Lazarus, estabelecido em Lourenço Marques, Moçambique, primeira década do século XX (col. particular); Série de 75 *Bilhetes postales estereoscópicos* da coleção *Archivo Panorámico e Artístico*, vendidos em Lisboa, no depósito da rua do Arco da Bandeira n.os 106 a 110, ca. 1900s (coleção particular).

³² Sena, 1998, p. 184, 321; Vicente, 2000; Araújo (2013) "Os Portugueses na primeira Grande Mundial. A reportagem de Arnaldo Garcez, fotógrafo do C.E.P.", blogue Postais ilustrados (retirado de <http://postaisilustrados.blogspot.pt/2013/04/os-portugueses-na-primeira-grande.html>).

por fotógrafos ambulantes, vulgarmente conhecidos por fotógrafos “à la minuta” (Borges, 2004), dada a rapidez com que se obtém a imagem final. Esta prática foi amplamente divulgada no século XX. Usando papel fotográfico no referido formato, com o espaço para a correspondência, o destinatário e o selo impresso no verso, obtém-se um negativo fotográfico que, uma vez fixado, é novamente fotografado para obter o positivo final (Figura 24). Este processo rudimentar e com características formais eminentemente populares constitui uma realidade paralela, técnica e esteticamente singular, sobre a qual será interessante refletir.

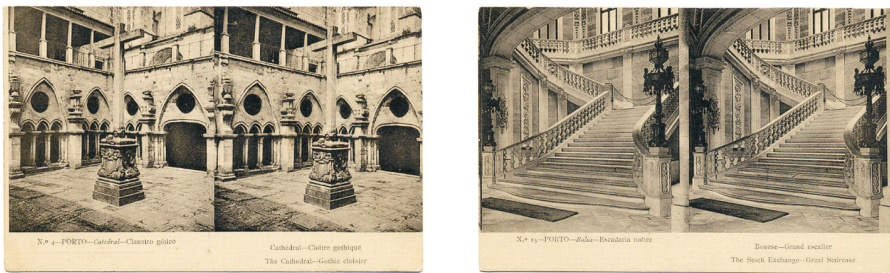


Figura 22: Autor não identificado, Claustro da Sé e Bolsa do Porto (s.d.). Bilhetes-postais estereoscópicos



Figura 23: Garcez, Arnaldo (Serv. Phot. do C.E.P., ed. Lévy Fils & C.ie, Paris), bilhetes-postais de uma das três séries que documentam a presença do Contingente Expedicionário Português na I Grande Guerra, ca. 1917-18



Figura 24: Fotografias “à la minuta”, em papel no formato bilhete-postal, ca. 1930s-1960s

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Borges, J. (2004). *Fotógrafos “a la Minuta”*. Lisboa: Livros Horizonte.
- C., A. de (1917, 5 de fevereiro). O bilhete postal. *Ilustração Portuguesa*, 572, 104-105.
- Corentin, P. K. (1852/1982). *Resumo histórico da photographia desde a sua origem até hoje*. Lisboa: Instituto Português do Património Cultural.
- Darrah, W. C. (1981). *Cartes de visite in nineteenth century photography*. Gettysburg, Pennsylvania: W. C. Darrah.
- Eder, J. M. (1945/1978). *History of photography*. Nova Iorque: Dover Publications, Inc.
- Figueiredo, F. A. C. de (2000). *Nacionalismo e Pictorialismo na Fotografia Portuguesa na 1.ª metade do século XX: o caso exemplar de Domingos Alvão*. Dissertação de Mestrado em História da Arte, Faculdade de Ciências Sociais e Humanas, Universidade Nova de Lisboa, Lisboa, Portugal.
- Frizot, M. (1998). Distinguished personages. In M. Frizot (Ed.), *A New history of photography* (pp. 123-130). Köln: Konemann.
- Gernsheim, H. (1969/1982). *History of photography*, vol. I: *The origins of photography*. Nova Iorque: Thames and Hudson.

- Gernsheim, H. (1981/1988). *The History of Photography*, vol. II: *The Rise of photography, 1850-1880: the age of the collodion*. Londres / Nova Iorque: Thames and Hudson. *Inteiros postais*. Retirado de http://pt.wikipedia.org/wiki/Inteiros_postais.
- Kurtz, G. F. & Ortega, I. (1989). *150 Años de Fotografía en la Biblioteca Nacional*. Madrid: Ministerio de Cultura / Ediciones El Viso.
- Lamas, J. da C. & Marques, A. H. O. (1985a). *Catálogo de Inteiros Postais portugueses*, volume 1. Lisboa: Correios e Telecomunicações de Portugal.
- Lamas, J. da C. & Marques, A. H. O. (1985b). *Catálogo de Inteiros Postais portugueses*, volume 2. Lisboa: Correios e Telecomunicações de Portugal.
- López Mondéjar, P. (1999). *Madrid: Laberinto de memorias (Cien años de fotografía, 1839-1936)*. Barcelona / Madrid: Lunwerg Editores.
- Marquez, M. B. (1995). Problemática de la identificación de los materiales fotográficos y colecciones fotográficas. In R. Rey de las Peñas (Ed.), *La Fotografía como fuente de información*. Segundas jornadas archivísticas (pp. 17-41). Foro Iberoamericano de La Rábida, Palos de La Frontera, Huelva, 4-8 out. 1993.
- Martins, M. L. & Correia, M. L. (Eds.) (2014). *Do Post ao Postal*. V. N. Famalicão: Humus Editora. Retirado de <http://hdl.handle.net/1822/35295>
- Mascarenhas, J. M. (Ed.) Vicente, A., Silva, C. & Basíli, J. Z. (1998). *Feiras, mercados e romarias em Portugal através do bilhete postal ilustrado*. Lisboa: Ecosoluções.
- Mateus, L. M. (1981). Centro de documentação fotográfica constituído em Braga. *História*, dez. 1980 / Jan. 1981, 82-86.
- Mesquita, V., Pessoa, J., Torrado, S., Vicente, A. P., Rouillé, A., Gray, M. & Haworth-Booth, M. (2003). *Carlos Relvas e a Casa da Fotografia*. Lisboa: Museu Nacional de Arte Antiga.
- Morand, S. (2003). Le daguerréotype en province, une histoire sans fin. In Q. Bajac & D. P. Font-Réaulx (Eds.), *Le daguerréotype français: un objet photographique* (pp. 103-117). Paris: Editions de la Réunion des musées nationaux.
- Nobre, E. (2002). *Família real: álbum de fotografias*. Lisboa: Quimera.
- Oliveira, E. P. de (1979). *Para o estudo da imagem de Braga. O Postal ilustrado*. Braga: ASPA.
- Oliveira, E. P. de (2009). *Manoel Carneiro: um fotógrafo na transição do século*. Braga: Museu da Imagem.

- Oliveira, P. (2006). *Carlos Relvas e a sua casa-estúdio*. Golegã: Câmara Municipal da Golegã.
- Peixoto, A. A. R. (1908/2000). A Arqueologia e a Etnografia nos bilhetes postais. *Obra Etnográfica*, IV(1), 185-187.
- Ramalho, M. M. (2001). *D. Carlos*. Lisboa: Círculo de Leitores.
- Rodrigues, J. J. (1876). *A Secção Photographica ou Artistica da Direcção Geral dos Trabalhos Geodesicos no dia 1 de Dezembro de 1876: Noticia*. Lisboa: Typographia da Academia Real das Sciencias.
- Rodrigues, J. J. (1879). *Procédés Photographiques et méthodes d'impressions aux encres grasses employés a la Section Photographique et Artistique de la Direction Générale des Travaux Géographiques du Portugal*. Paris: Gauthier-Villars.
- Sagne, J. (1994/1998). All kinds of portraits: the photographer's studio. In M. Frizot (Ed.), *A New history of photography* (pp. 102-122). Köln: Konemann.
- Sena, A. (1998). *História da imagem fotográfica em Portugal 1839-1997*. Porto: Porto Editora.
- Sousa, V. de & Jacob, N. (1985). *Portugal no 1.º quartel do séc. XX documentado pelo bilhete postal ilustrado [...]*. Bragança: Câmara Municipal de Bragança.
- Taylor, R. (1981). *George Washington Wilson, artist and photographer, 1823-93*. Aberdeen: Aberdeen University Press.
- Vicente, A. P. (1984). *Carlos Relvas fotógrafo: contribuição para a História da Fotografia em Portugal no século XIX*. Lisboa: Imprensa Nacional - Casa da Moeda.
- Vicente, A. P. (2000). *Arnaldo Garcez: um repórter fotográfico na 1ª Grande Guerra*. Porto: Centro Português de Fotografia.
- Vieira, J. (1981). O Fotógrafo Alvão e as suas pupilas: subsídios para a História da fotografia em Portugal. *Colóquio artes*, 2(51), 42-49.
- Willoughby, M. (1993). *História do bilhete-postal: registo ilustrado desde o virar do século até à actualidade*. Lisboa: Caminho.

OUTRAS REFERÊNCIAS

Araújo, N. B. de (2006). “As publicações ilustradas com retratos fotográficos e a renovação da iconografia oitocentista em Portugal”. Comunicação apresentada no 1.º Congresso Internacional de História, Universidade do Minho, Braga, 07/12/2006. Retirado de www.hist.ics.uminho.pt/agenda/.../livro_resumos_1CIH.pdf.

Ateliers Artísticos de Photogravura e simili-gravura de Marques Abreu & C.^a, Porto: Marques Abreu & C.^a, s. d.

Cartão-postal. Retirado de <http://pt.wikipedia.org/wiki/Cartão-postal>.

General Postal Union; October 9, 1874. The Avalon Project: Documents in Law, History and Diplomacy, Yale Law School, Lillian Goldman Law Library. Retirado de http://avalon.law.yale.edu/19th_century/usmuo10.asp

Inteiros postais. Retirado de http://pt.wikipedia.org/wiki/Inteiros_postais

Paper size. Retirado de http://en.wikipedia.org/wiki/Paper_size.

Paper sizes: old European sizes. Retirado de <http://www.paper-sizes.com/uncommon-paper-sizes/old-european-paper-sizes>.

Postais Ilustrados. Blogue. Retirado de <http://postaisilustrados.blogspot.pt/>

Postcard. Retirado de <http://en.wikipedia.org/wiki/Postcard>.

Pró-Associação Portuguesa de Cartofilia (2004). BPI Portugueses (sobretudo Porto e Norte de Portugal, c. 1894-1950). Retirado de <http://paginas.fe.up.pt/~jmf/apc/>.

The UPU. Retirado de <http://www.upu.int/en/the-upu/the-upu.html>.

Valeriano, L. & Torre, P. de la. Breve historia de las tarjetas postales. Retirado de <http://www.tarjetaspostales.net>

Texto financiado através de uma bolsa de Doutoramento (referência SFRH/BD/8197612011), atribuída pela FCT, com o apoio POPH.QREN / UE.FSE.

Citação:

Araújo, N. B. (2017). A fotografia e o postal ilustrado: origens e influências. In M. L. Martins (Ed.), *Os postais ilustrados na vida da comunidade* (pp. 55-88). Braga: CECS.

MIGUEL BANDEIRA, MOISÉS DE LEMOS
MARTINS & MADALENA OLIVEIRA

sopasbandeira@gmail.com; moiseslmartins@gmail.
com; madalena.oliveira@ics.uminho.pt

CENTRO DE ESTUDOS DE COMUNICAÇÃO E SOCIEDADE
(CECS), UNIVERSIDADE DO MINHO

MORFOLOGIAS URBANAS E ARQUITETURA DA EXPOSIÇÃO DO MUNDO PORTUGUÊS (1940) DESDE O POSTAL ILUSTRADO

“A dificuldade é só ser aquilo que já fomos”

Eduardo Lourenço, a propósito de Almada Negreiros (1982)

UMA CENTELHA DE ETERNIDADE FEITA DE ESTAFE, ESTUQUE E CARTÃO...¹

De novo o postal ilustrado, sempre omnipresente e de elevado potencial icónico. Artefacto de modernidade inalienável perante tudo aquilo que aspire a um rasgo de universalidade ou algo que contenha uma promessa de eternidade, como o foi para o caso da Exposição do Mundo Português na Lisboa de 1940². Daí que, e a partir dele, relevamos a expressão da arquitetura e do urbanismo como temas privilegiados que nos proporcionam uma conjugação espaço-temporal de ordem comunicativa única. Dir-se-ia mesmo, para quem reflita sobre a exposição, e venha donde vier, sobretudo, a partir da natureza e do alcance do seu edificado, vertido na ilustração postal, que nos defrontamos com uma espécie de alinhamento dos “astros”, tal é a cosmologia metafórica que nos ocorre citar por evocação ao imaginário das viagens espaciais que conhecemos da ficção científica. Conjeturando nós, quais aventureiros, como se arribássemos a uma daquelas estações planetárias no intervalo de uma das muitas sagas de inspiração *einsteinianas*, onde a sugestão recorrente é a do confronto

¹ Trabalho inserido no projeto de investigação “Os postais ilustrados: para uma sócio-semiótica da imagem e do imaginário”, Fundação para a Ciência e Tecnologia (PTDC/CCI/72770/2006), Centro de Estudos em Comunicação e Sociedade (CECS), Universidade do Minho.

² Sobre a Exposição do “Mundo Português”, realizámos um primeiro estudo, publicado em 2011, na *Revista de Comunicação e Linguagens*, n. 42, com o título “O ‘mundo português’ da Exposição de 1940 em postais ilustrados. O global numa visão lusocêntrica” (ver Martins, Oliveira & Bandeira 2011).

com a possibilidade de existirem certos acontecimentos que se projetam permanentemente, em qualquer tempo e lugar. Também aqui o postal ilustrado, podendo ser uma entrada, mais do que uma porta de passagem para o mergulho vertiginoso numa outra dimensão, é principalmente o espelho que reflete o nosso imaginário interior, onde coexistem passado, presente e futuro, onde, enfim, nos vemos a nós mesmos refletidos na multidimensionalidade intrínseca do nosso ser coletivo.

Lisboa, e mais especificamente a Praça do Império, em Belém – note-se que nem a toponímia desta – no decorrer do segundo semestre de 1940, tornou-se numa dessas plataformas multidimensionais, onde o local e o global se plasmaram, onde o tempo adquiriu um significado mitológico.

Diga-se, desde logo, pelo que ao de predestinado também lhe sobrou o benefício do acaso. Embora já anteriormente fosse anunciada a motivação comemorativa dos *Centenários* no final dos anos 20, e na esteira de várias exposições internacionais, onde o Estado Novo havia concebido a presença de Portugal – Paris (1931 e 37), Nova Iorque/São Francisco (1939)³ – o sentido humano do internacional possível, sem alternativa à época, aterrava de emergência em Lisboa, fazendo da exposição um paradoxal oásis num mundo tomado pela aridez da guerra. O tal “paraíso claro e triste” de que nos fala A. Saint-Exupéry, o aviador sonhador, sobre o qual, sem que qualquer um suspeitasse do outro, A. Oliveira Salazar, o demiurgo que tudo decidira, na mesma sintonia sintática, replicaria melancolicamente, tratar-se de uma “grande festa nacional, festa para todos os portugueses do Mundo”, apta a banir o “espírito da tristeza e do mal”, revelando “aos nossos próprios olhos e aos olhos de estranhos que Portugal, Nação civilizadora, não findou e continua, pelo contrário, a sua alta Missão no Mundo” (citado em Calado, 1998a). Tal foi o ecoar da sua onnipresença que, ainda hoje, estranhamente, parece que ressoa aos nossos ouvidos a sua inconfundível voz trémula com esgares de falsete.

Com o mundo virado ao contrário e sem olhar a meios, subjugado ao deus mecânico do futuro, nós, os portugueses, qual “gente sem idade”, como notou Simone de Beauvoir, contrapúnhamos a organização d“a primeira *grande exposição histórica* do Ocidente” (França, 1998, p. 23), já distante das eras do “fastígio” imperial que, embora conservando uma expressão colonial, não deixava, através do certame, de premonitoriamente pressentir o seu fim, um profundo sentimento nostálgico de orfandade pelas glórias passadas.

³ Podemos mesmo recuar mais ainda se considerarmos a antecedência de referenciais estéticos já vislumbráveis na representação republicana enviada à Exposição Internacional do Rio de Janeiro (1922) (Calado, 1998b, p. 63) ou na Exposição Ibero-Americana de Sevilha (1929) (Santos, 1998, p. 61).

A ditadura vivia então o seu apolíneo esplendor, incluindo o das expectativas futuras, tais eram os sinais vindos do exterior, como o pendor do desfecho da guerra civil espanhola e os fastos militares do *Eixo*. Além disso, a oposição escrita dera mesmo o seu aval ao certame, numa consensualidade somente interrompida pelas insinuações ultraconservadoras acantonadas na Sociedade Nacional de Belas Artes. Celebrava-se, pois, a ritmia *cronoescológica* dos centenários, centrada numa noção intemporal e providencialista de nação, na qual, pela voz do seu arauto, se exaltava a *fundação* (1140), a *restauração* (1640) e a soberania realizadora no *ano apoteótico do ressurgimento* (1940), termos assinados pelo seu principal encenador, António Ferro, o mentor do Secretariado Nacional de Propaganda (fundado em 1933).

Até o tempo ajudou, como nota Calado (1998b), facto que permitiu não só tirar partido da iluminação solar mediterrânica, que tanto fez sobressair a modulação dramática do claro-escuro de uma arquitetura de matriz classicizante, suavizada pelos “cantos amaciados das curvas” carreados pelo Déco, em fim de voga, como até, mais prosaicamente, possibilitou o prolongamento da exposição até praticamente ao final do ano, a 2 de dezembro de 1940, a qual veio a ostentar o bem sucedido cômputo de 3 milhões de visitantes. Enfim, não nos esqueçamos que o Portugal *insularizado* de então não ultrapassava 7,2 milhões de habitantes e a cidade de Lisboa não chegava aos 700 mil.

○ CAMINHO DAS ESTRELAS

O desígnio da arte como *grande fachada de uma nacionalidade* (França, 1979, p. 86) assentava como uma luva ao esforço visual deliberadamente exteriorizador, que se exigia para uma exposição internacional, a *síntese da civilização portuguesa e da sua projecção universal*.

Como referiria o seu comissário no discurso inaugural (França, 1979, p. 45), pretendia-se que a exposição fosse *o padrão, o documentário, a síntese pela imagem da história*, não só do que havíamos sido, mas, sobretudo, do modo como se queria que fôssemos vistos, tanto externa como internamente.

Momento raro da nossa memória coletiva, a Exposição do Mundo Português reuniu números nunca antes vistos no panorama específico das artes no nosso país: 24 escultores, 17 arquitetos, 43 pintores, mais a mais, os fotógrafos, os gráficos e outros que trabalharam fundamentalmente a sua imagem e formas. A obra levantou um estaleiro em frente ao cais mítico

do império, não para construir de novo as naus da Índia – de algum modo reapropriando-se simbolicamente da energia passada dos descobrimentos, inscrita no Mosteiro dos Jerónimos e na Torre de Belém – mas, para, ao tempo, projetar as novas *naves* do futuro, no âmbito dessa aparência de continuidade realizadora. Ao todo reuniu cerca de 5 mil operários, 129 auxiliares, mais de mil modeladores-estucadores, que trabalharam subordinados a sete *chefes* e 15 engenheiros. Tudo convergente numa área-alvo de 560 mil metros quadrados sob o crédito de uns ainda mais generosos e inusitados 35 mil *contos* (Santos, 1998, pp. 71-73), ironicamente, por contradição, concedidos pelo somítico salvador das finanças públicas.

No vértice criador e executivo da obra pontuaram três artífices, quais cometas que brilharam intensamente mas duraram pouco, a saber: António Ferro (1895-1956), Cottinelli Telmo (1897-1948) e Duarte Pacheco (1899-1943).

António Ferro foi o secretário-geral, espécie de intérprete doutrinário, o mediador com o ditador, “órgão permanente de consulta e direcção superior”; o eclético Cottinelli Telmo, de origem italiana, e arquiteto-chefe do evento, quem programara e concebera o plano geral da exposição (janeiro de 1939); e finalmente, o engenheiro Duarte Pacheco, ministro *plenipotenciário* das Obras Públicas, o “edificador da Nação, portador do remédio e ordenador das cidades” (Acciaiuoli, 1982, p. 51, 53). Sem que se regateasse encómios a este último, o operacional cujo sentido prático advém “directamente da necessidade”, e que então, de acordo com a mesma autora, “arrasa e constrói, traça a direito como se do mar se tratasse, dando origem a uma história realizável e paralela à dos heróis e visionários que às cidades se ligaram em assinaturas de sangue e desvario”.

Como denominador comum, fosse pela fonte ideológica, por inspiração estética, pela aplicação de um conceito, quer ainda, pela afinidade, pelas circunstâncias de missão, ou mesmo somente pelo voluntarismo psicológico mais ou menos exaltado, os três tiveram nos modelos da deslumbrada Itália de Mussolini uma parte determinante dos referenciais das suas citações. Daí trouxeram e adaptaram os fundamentos e ensinamentos explícitos das realizações modernistas do fascismo.

Um pouco por todo o lado, com maior expressão nos sistemas políticos ditatoriais evocadores dos desígnios das massas, buscava-se a síntese entre diversos atratores estéticos afirmantes, tais como o *formalismo modernista*, o *historicismo monumentalizante*, o *folclorismo nacionalista*, entre outras correntes ou expressões pelas quais se pautaram as relações entre a arte e a ideologia.

Aos ímpetos de um primeiro modernismo emergente, abraçado pelos três protagonistas, o desenrolar cronológico foi-lhe acrescentando novos apelos e condições, catalisados pelo pragmatismo das circunstâncias e pelo amadurecimento individual de cada um.

A arquitetura é deste processo de consolidação do regime político um testemunho exemplar e generalizado entre nós, como disse nos dá conta Santos (1998, pp. 59-61), ao afirmar que os primeiros “projectos modernistas, de referente francês ou alemão, gizados ainda durante o período da Ditadura Militar ou de gestação do Estado Novo, segundo uma linguagem afim do estilo internacional”⁴, vieram a ser objeto de progressivo esbatemento, dando lugar a uma *involução estética*, no dizer de França (1982, p. 28). Dir-se-ia que tais projetos modernistas eram próprios de um conservadorismo nacionalista dominante e que, face às ameaças da uniformidade “modernista internacionalizada, preferia a estilização dos elementos indiciadores da nacionalidade, fossem eles folclóricos ou, sobretudo, históricos” (Santos, 1998, p. 61).

António Ferro, impetuoso modernista dos primeiros tempos da *arte nuova dei nostri tempi* e oficiante da *nova ordem* política, foi dos primeiros a compreendê-lo e adotou para si o trajeto que, apesar de pessoalmente coerente desde os seus tempos do *Orpheu*, levá-lo-ia alguns anos mais tarde a um impasse político insustentável, que o relegaria para fora da cena política. Rejeitado por muitos dos modernistas que “estimulara”, em princípio de carreira, de cuja “inquietação” inicial supostamente se afastaram do “indispensável equilíbrio”, por haverem migrado para outras tendências, emocionalmente adjetivadas de cedência à “loucura das formas” e oficialmente julgadas de subversivas, António Ferro veio igualmente a ser descartado pelo poder instituído. Precisamente ele, que todavia o ajudara na sua obra mistificadora, mas que agora deixara de ter utilidade, por perder o ascendente que detinha sobre as artes, em geral, e sobre essa classe suspeita dos artistas, em particular. À sua maneira, António Ferro foi, também ele, mais um utópico.

Como nos explana Rui Santos, “ao modelo decorativo [folclórico amadurecido], cosmopolita e mais aberto de António Ferro, acrescia o modelo estruturante [historicista monumentalizado] do engenheiro Duarte Pacheco” (Santos, 1998, p. 67).

Para lá do referente ideológico, o Ministro das Obras Públicas é, ainda hoje, bem o exemplo da “obra enquanto lugar preciso de *concretização*

⁴ Exemplo, o Instituto Superior Técnico, de Pardal Monteiro (1927-35); o Liceu de Beja, de Cristino da Silva (1930); o Pavilhão da Radioterapia do IPO, de Carlos Ramos (1927-30); e Casa da Moeda, de Jorge Segurado (1934-38) (Calado, 1998b, pp. 59-61).

de um projecto” (Acciaiuoli, 1982, p. 50). Começando do particular, a construção do moderno Instituto Superior Técnico (Pardal Monteiro, 1927-35) não mais parou, até dominar o geral da sua vasta e diversificada obra, da qual a Exposição é o produto simbólico mais eloquente, nessa vertigem convicta de quem estava a querer *construir para cem anos*. Daí que, temos de o admitir, há também, em Duarte Pacheco, uma dimensão visionária. À estreita associação entre historicismo *hipermonumentalista*, de forte pendor ideológico, e o sentido pragmático da ideia e da necessidade, feitas ação, não viria a sofrer o esgotamento das contradições anunciadas, porque o mito exigiu que ele sobrevivesse a uma morte acidental e prematura.

O mesmo fado tolheu Cottinelli Telmo, o mais criativo de todos eles. Um eclético em toda a aceção da palavra ou sentido clássico do termo, *arquitecto, desenhador, ilustrador, bailarino, poeta, músico, cineasta, crítico de arte*⁵, dirigente corporativo, e, porque não, também urbanista – *cf.* o plano e direção da Exposição do Mundo Português (1939/40); o ante-projeto do Plano de Urbanização da Cova da Iria – Fátima (1945); e a Cidade Universitária de Coimbra (1943) – revelando uma notável versatilidade, mais próxima da condição existencial de um desportista do que a de um intelectual rendido a uma obsessão. Cedo se revelou um modernismo eivado de influências Déco, como são exemplo, a Estação Sul e Sueste de Lisboa (1943), passando pela submissão ideológica ao monumentalismo de *inspiração ítalo-nazi do agrado de Duarte Pacheco* (1943), recriada no escadório da Universidade de Coimbra (1943), até à Standard Eléctrica (1945/48), em Lisboa, uma das mais belas peças do modernismo da arquitetura industrial portuguesa. Cottinelli Telmo, invariavelmente, estabeleceu uma referência. De facto, ainda presidiu ao 1º Congresso Nacional de Arquitectura, assistindo assim ao fim de um ciclo que ele protagonizou e que, de algum modo, simbolicamente também o encerrou. A partir desse evento seriam outros os rumos mobilizadores da arquitetura e do urbanismo nacional.

A Exposição do Mundo Português, por isolamento do país à guerra e à democracia, coincidia também com a providencial necessidade, eficaz e eficiente, de encerrar o modernismo e de encetar “o *reaportuguesamento* das nossas artes maiores” (Santos, 1998, p. 58). Para o melhor e o pior, voltávamo-nos prodigamente para dentro do *ventre materno*, fosse por medo geral, fosse pela incompreensão coletiva face ao que se estava a passar à nossa volta. A finalidade era a de *repor Portugal*, através de modelos, receituários e orientações, de projetos mais ou menos impositivos, que representam, também, o epíteto do modernismo entre nós.

⁵ VV – *Os Anos 40 na Arte Portuguesa...* (1982, p.136).

Entretanto, a repressão aumentou e o regime musculou-se mais ainda. Os argonautas desta *viagem* efêmera, como todas as demais, mas impregnada de intemporalidade, marcaram a viragem, e a Exposição do Mundo Português foi de algum modo a constelação máxima desse desígnio.

A CIDADE DAS ILUSÕES

Com particular lucidez, assim a designou Cottinelli Telmo, à Exposição do Mundo Português, que só a pressentiu como tal enquanto artista, e não enquanto apoiante do regime ditatorial, já que nesse quadro, ainda que só podendo iludir-se, ou podendo dela servir-se para iludir os outros, certamente reconheceria que esta jamais se reconverteria em utopia. No mesmo sentido em que Robert Musil a descreve como “uma possibilidade que pode efectivar-se no momento em que forem removidas as circunstâncias provisórias que obstam à sua realização” (Musil citado em Tomás, 1995, p. 7), e que, todavia, como é por demais sabido, muito particularmente nas ditaduras, a Exposição alguma vez se torna realidade, ou sequer se aproxima disso, dado que as circunstâncias são um mero arbítrio e o provisório é sempre uma palavra vã.

A Exposição do Mundo Português de 1940 é, pois, um clássico revisitado assiduamente como um dos nossos mais mirados espelhos comuns, que transgride dos cânones espacio-temporais. Como aquele texto dramático que, de tempos a tempos, volta à cena, com o mesmo elenco de personagens, referência aos produtores, cenógrafos, encenadores e contra-regras, já amplamente reconhecidos. Qual velho álbum de fotografias, que de quando em quando se volta a folhear em família, porque familiar é tudo aquilo que evoca. Mesmo para aqueles que não têm idade para a ter visitado, há sempre uma velha história de um parente, de um conhecido que esteve lá, alguém que leu umas linhas sobre o assunto. Reencontramos invariavelmente a familiaridade de um símbolo, de um enquadramento, de uma luz, uma frase que já vimos ou lemos algures num livro de escola da nossa infância, num festejo da diáspora, mais recentemente, no certame da Expo 98, ou mesmo, ainda mais recentemente, no 10 de junho de 2009, no “sítio” eletrónico da Presidência da República, essa outra cibernética dimensão da ficção *aespacial* que, na circunstância, dá pelo nome de *second life*.

É pacífico que a arquitetura e o urbanismo sejam a estrutura de assentamento e a expressão formal de uma exposição/feira, qualquer que ela seja, como também esta é sempre um modelo de cidade, ensaio paradigmático de conceção de espaço público e de ordenamento do privado.

Superfície refletora da luz que o nosso olhar capta e constrói as imagens que dela temos.

No plano urbanístico, isto é, na organização do espaço, a Exposição do Mundo Português constituiu-se como uma marca incontornável do panorama nacional neste domínio. Desde logo porque no mesmo ano de 1938 em que Oliveira Salazar anunciaria “o facto geral das comemorações” que conduziram ao certame, Duarte Pacheco sendo nomeado Presidente da Câmara Municipal de Lisboa, voltava também a assumir a pasta do ministério das Obras Públicas, garantindo assim a unicidade e um outro maior alcance ao projeto. Estavam reunidas as condições para que a cidade de Lisboa assumisse a representação de *capital do império*, passando a estar sujeita à direção executiva do “presidencialismo camarário”, que tomou conta dela durante a década que seguiu. Fundia-se assim o ator e a personagem.

Ao deitar *mãos à obra*, Duarte Pacheco começou por privilegiar a elaboração daquele que seria considerado o “primeiro Plano Director da Urbanização de Lisboa”, modelo de urbanismo que fez eclipsar o domínio liberal das companhias de urbanização. A iniciativa camarária, indistinta da do Ministério das Obras Públicas, sobrepunha-se aos últimos resquícios da sociedade liberal. Debaixo da sua liderança unipessoal, imprimiu uma política draconiana de fazer cidade, assente em expropriações sumárias, tendo por objetivo o controlo absoluto do solo edificável. Veja-se que a Câmara Municipal de Lisboa chegou então a ser proprietária de 1/3 do solo urbano. Este período foi de tal ordem determinante que ainda hoje os mais diversos estudos ao tema dedicados não têm hesitação em estabelecer a coerência do seu consulado, como se de um verdadeiro ciclo da história do urbanismo nacional se tratasse.

Como foi seu timbre, o processo desenvolveu-se também do particular para o geral (Acciaiuoli, 1982), da exemplaridade do projeto, em grande escala, para a difusão de um modelo em larga escala. Isto é, pela implementação de uma “nova ordem urbana”, a partir de Lisboa, de onde a Exposição de 1940 reunia as condições que lhe permitiam assumir o estatuto de um verdadeiro “modelo político”, ao tornar-se cidade para o resto do País. Glorioso algumas das imagens fortes, então enunciadas, poder-se-ia dizer que a Exposição do Mundo Português, ainda que efémera, se constituía como um catálogo dos arquétipos de construção para o século que se pretendia.

Para lá do imperativo do risco, que parecia querer condenar tudo o que se afastasse do cânone, ainda assim se denunciava alguma *ambiguidade* mais afoita à introdução da novidade.

A modernidade tolerada debaixo da expectativa criativa da arte e da convicção, que o poder sempre tem de a querer tornar útil em seu próprio proveito, deixou, porém, testemunhos convincentes, como foi o efêmero *Pavilhão de Festas* (Cristino da Silva), unanimemente considerado o melhor do cartaz e que, de algum modo, consubstanciou a síntese entre os vetores conjugáveis do modernismo, do nacionalismo e da tradição.

Mais do que somente o prisma da arquitetura, a *Cidade Simbólica da História de Portugal*, como formalmente se designou, sintonizou alcances mais vastos. Não se tratou somente de verter para o evento de Belém a experiência ou, pelo menos, o rasto de planeamento urbano anteriormente testado, vindo já dos *planos gerais de urbanização e expansão* (1934). Veja-se em Lisboa o exemplo do projeto de Alvalade, assinado por aquele que foi considerado “o primeiro urbanista português”, o arquiteto Faria da Costa, e o modo como para aí se concebeu e lhe foi concedido, 56% de espaço público, ficando $\frac{1}{3}$ de reserva para “espaços livres” e $\frac{1}{4}$ para “edifícios de interesse público” (Ferreira, 1987, p. 362). Na época, estas proporções fizeram a sua jurisprudência e imprimiram uma fisionomia de abertura e largueza aos novos projetos de expansão da capital e das nossas cidades. De acordo com este autor, de algum modo o próprio ato de planear a cidade pretextou a coexistência entre a realidade do *autoritarismo político*, que dominava o *modus faciendi* da cidade, com a *modernidade urbanística* caucionada às correntes inovadoras da época, designadamente, por efeito das réplicas transideológicas que se fizeram sentir desde o que ia chegando dos doutrinários emanados da “Carta de Atenas” (1933). Referentes estes que, todavia, só vieram verdadeiramente à ribalta, ainda que em sede corporativa, no Congresso Nacional de Arquitectura de 1948.

Quando a exposição começa a ser preparada existe já uma visão geral do ordenamento e da expansão urbana de Lisboa, subordinada ao “‘controlo’ absoluto sobre todo o desenvolvimento da cidade” (A. Vasconcelos e Sá, 1950, p. 10 citado em Ferreira, 1987, p. 365) por parte da Câmara Municipal de Lisboa. Mais do que uma peça de um puzzle, a exposição é, contudo, o exemplo de um conceito de planeamento urbano sustentado numa *vontade férrea* do planeador e da *disciplina na construção* de quem promove (Figura 1).

No plano das políticas urbanas, a Exposição do Mundo Português também *serve para mostrar à Nação a eficácia do poder* (Acciaiuoli, 1982), ainda que desde a instrumentalização das artes.



Figura 1: Postal da coleção editada a pretexto da Exposição do Mundo Português de 1940

Embora neste caso, promotor, projetista e fiscalizador se sobrepujassem na mesma silhueta, o contributo da “cidade histórica” para o urbanismo português decorre do impacto que esta teve em primeiro lugar para a cidade de Lisboa – a *capital do império* – e daí, o exemplo que por interposição desta, iria servir para o país, entenda-se, a metrópole e o ultramar.

Não é, pois, por acaso, que a Sala do Futuro, no pavilhão de Lisboa, exibia os principais projetos de urbanismo e obras públicas do regime, centrados na capital, desde logo denunciando a associação entre o porvir e o planeamento urbano e as obras públicas. A esse título recorde-se o texto em letras garrafais e a relevo escrito na parede da sala, onde podia ler-se o seguinte:

o crescimento desordenado de lisboa originou uma série de graves problemas, para os solucionar e orientar o desenvolvimento da cidade elaborou-se um plano de urbanização baseado em estudos sérios de todos os aspectos da vida cidadina. A execução gradual dêsse plano será a garantia de uma lisboa futura mais bela e mais digna, e a certeza de uma vida mais agradável e higienica para todos os seus habitantes. (Mário Novais, 1998, fotografia n. 40)

O fortíssimo referencial simbólico-visual da Exposição do Mundo Português, associado aos centralismos da urbe e do regime político, atribuíram-lhe o papel modelar de ordenamento urbano para toda uma época, o tempo de Duarte Pacheco. Mais do que a conjeturável originalidade de que desfrutou, de facto, o que viria mesmo ao de cima seria mais o método do que propriamente o conteúdo ou a substância dos doutrinários arquitetónico-urbanísticos aplicados. Impunha-se uma margem estreita de variação e de “gosto”; a articulação entre o moderno e o tradicional; a rapidez de execução dos projetos; a explicitude ideológica das obras públicas; a exaltação do monumentalismo historicista; a zonificação da ocupação do espaço – modernista na função e autoritária na segregação social pretendida; a herança do virtuosismo da vida da aldeia na construção da nova cidade, tendo a família por fundamento nuclear; a ordenação e hierarquização do sistema de circulação; uma morfologia urbana de base geométrica; um motivo de oferta de trabalho e desenvolvimento das atividades artísticas e artesanais, entre outros referentes, mais ou menos explícitos.

De facto, como José Augusto França referiu, embora a exposição marque o ocaso do primeiro modernismo artístico em Portugal, *surgido em 1915*, ela consagra, por sua vez, o élan de um novo atrativo, o “gosto de Areeiro”, essa “praça ordenativa e distributiva da nova cidade salazarista” (França, 1979, p. 73), assinada por Cristino da Silva (1938), o já citado autor do Pavilhão de Honra. A Praça do Areeiro, segundo o mesmo estudioso, foi “o motor duma cidade nova [*a salazarista*], feita com dinheiro da guerra e das colónias”, que estará para a nossa história urbana como “a Praça do Comércio *pombalina* e a Rotunda *fontista*”.

Era um tipo novo de cidade que se reproduziu noutros setores de expansão de Lisboa, como a avenida do aeroporto ou a urbanização da encosta da Ajuda-Restelo. Esta última tinha uma referência direta na própria exposição, já que o seu anteprojeto sobressaía, em grande relevo, a partir de uma enorme planta afixada na Sala do Futuro, sob o título “Plano de Urbanização da Encosta da Ajuda” (Figura 2), também atribuída ao arquiteto Faria da Costa (1938). Note-se que este apontamento vem demonstrar a estreita associação do local da exposição à vontade de intervir ativamente no setor da cidade onde esta decorreu.



Figura 2: Planta afixada na Sala do Futuro com o título “Plano de Urbanização da Encosta da Ajuda”

Como nota Sandra Almeida (2009, p. 237), embora o Plano de Urbanização da Cidade de Lisboa (1938) prevísse já intervenções na zona de Belém, ainda antes de esta vir a acolher a exposição (nas praças dos Jerónimos e de Afonso Albuquerque, Avenida Marginal e arranjo da envolvente à Torre de Belém em 1935) – o próprio Duarte Pacheco definia o local como ponto de contacto com o Plano de Urbanização da Costa do Sol. Com o final do evento, o local continuou a representar um ponto-chave de articulação do ordenamento de toda a marginal de Lisboa e, ao mesmo tempo, um elo de ligação dos desígnios urbanísticos do ministro entre os seus dois breves mandatos, à frente do Ministério das Obras Públicas.

Como afirmara Duarte Pacheco, no seu discurso de encerramento, o “sonho lindo” que fora a exposição dava já lugar, na sua mente, a um plano de obras para a Praça do Império e zona marginal adjacente. Nesse sentido, criou-se uma Comissão Administrativa (CAPOPI)⁶, *autónoma e eventual*, cuja direção foi entregue a Sá e Melo e Cotinelli Telmo. Mais do que dar destino à vasta área de urbanismo efémero, que se deteriorava, coordenar a sua desmontagem, reutilizar o que valia a pena, reordenar todo o espaço, foi decidido que toda a área fosse inteiramente votada ao lazer,

⁶ Comissão Administrativa do Plano de Obras da Praça do Império e zona marginal de Belém, 8 de setembro de 1941.

ao desporto e à cultura. Isto é, à criação de “docas de recreio, uma escola de vela, planeamento de zonas pedestres como praças e passeios, zonas de restauração, zonas de projecção cinematográfica e audição radiofónica, um pavilhão de leitura e a requalificação do Jardim Colonial (...)”, bem ainda como a decisão de aí localizar “toda uma museográfica, como o Museu das Comemorações Centenárias, o Museu de Escultura Comparada, o Museu de Arte Contemporânea e o Museu de Arte Popular” (Almeida, 2009, p. 388). De todo o vasto programa, parte dele até merecedor de projeto aprovado⁷, apenas se concretizou o Museu de Arte Popular (António Camelo, 1941-44) e se passou a pedra o Padrão dos Descobrimentos, em 1960, por Cotinelli Telmo, Leitão de Barros e Leopoldo de Almeida.

No entanto, é bom não esquecer que todo o evento em consideração se integrou na operação e no programa mais vasto do Plano dos Centenários. De facto, há que notar nas múltiplas e diversas obras, que sob esta égide ocorreram em Lisboa e um pouco por todo o país. O rol é de facto exaustivo. Desde as novas infra-estruturas viárias, de que se salientam os viadutos Duarte Pacheco e de Alcântara, a auto-estrada do Estoril e a marginal de Cascais; os equipamentos subsidiários da circulação e das comunicações, tais como, as gares marítimas de Alcântara, a fluvial de Belém, o aeroporto de Lisboa, a central telegráfica do Aterro, as estações dos correios; os equipamentos de ensino dos mais diversos níveis, como as escolas primárias, que se construíram em todo o território, os liceus, as cidades universitárias de Lisboa e Coimbra; os equipamentos de lazer e turismo, como o Estádio Nacional, as obras do museu de arte antiga, da ópera de S. Carlos, as pousadas de Portugal; os monumentos, como as Sés catedrais, os castelos e, em geral, o património mais diretamente relacionado com o espírito das comemorações centenárias, sobretudo, aquele que estava ligado ao período histórico da fundação; e ainda, os diversos equipamentos de justiça, tribunais, bairros económicos e outro tipo de obras públicas. Tudo isto, para já não falar na intensa programação associada às comemorações, como sejam, as “manifestações que cobriam, pelo país fora, urbanizações, estradas e pontes, restauros de monumentos, inaugurações de edifícios e estátuas, exposições de arte, congressos, publicações, cortejos, festas diversas” (VV, *Os Anos 40 na Arte Portuguesa*, p. 55).

Num outro ponto de vista, a Praça do Império, em torno da qual se articulou o espaço da exposição, no plano urbanístico evoca, a seu modo, o Terreiro do Paço. Como registo simbólico geográfico tornou-se o centro

⁷ O projeto do Museu de Arte Contemporânea, da autoria de Cristino da Silva, destinado a localizar-se na ala nascente da Praça do Império, nunca foi concretizado.

de expressão do poder capital, renovado *cais de partida* daqueles que *deram novos mundos ao mundo*, pela “evocativa paisagem de Belém, à sombra dos Jerónimos, junto ao Tejo – que foi a grande estrada da nossa civilização” (Augusto de Castro, 1940)⁸. No mesmo plano sobressai igualmente a geometria da praça, que tudo faz reverter sob a sua centralidade. A Norte, domina o emolduramento dos Jerónimos, qual ala que contém o arco da Rua Augusta, sobranceira à Praça do Comércio, e a Sul, a esplanada abre-se igualmente sobre o rio que é, simultaneamente, uma perspetiva de mar. As docas, a Nau Portugal, o dinamismo plástico do conjunto do Padrão das Descobertas, apontado para o horizonte marítimo, no qual “o sentido da partida é a sua génese”, como esclareceu Cottinelli Telmo, mostram e recriam bem esse arquétipo clássico da união da *polis* com o mar.

Também o alinhamento dos principais pavilhões, a nascente o Pavilhão de Honra (Cristino da Silva) e a Poente o Pavilhão dos Portugueses no Mundo (Cottinelli Telmo), definem o mesmo tipo de polígono quadrangular. Assim se compreende a poderosa inércia do desenho, ao longo do tempo, pelo modo como fixou espaço público, designadamente, pela marca centrípeta deixada, a partir da fonte, ao meio, e dos seus motivos escultóricos de apoio, que foram preservados para a posteridade. Temos aqui uma visão urbana de espaço aberto, que foi considerada em inúmeras intervenções urbanas pelo país, designadamente, como modo de ordenar o espaço público, subordinado à edificação de muitos dos novos equipamentos coletivos, de tal modo sobressaíram os equipamentos relativos a câmaras municipais, igrejas, tribunais, escolas e outros.

O *zoning* da exposição traz-nos igualmente ao de cima critérios de ocupação do espaço que, estando sujeitos à construção de uma imagem padrão, traduzem prioridades e conceitos ideológicos vertidos para o espaço urbano.

O quadrante da entrada principal, aberto a nascente, sobre o aparato cenográfico do tema fundacional e dos referentes mais caros aos valores do nacionalismo, desenvolver-se-á a partir da Praça Afonso de Albuquerque. Esta era a primeira impressão oferecida à maior parte dos visitantes, que demandavam a exposição, já que tinham de se defrontar com quatro gigantes figuras de guerreiros *afonsinos* – pilares descaídos sobre a esquerda, que sustentavam uma *passarela* sobre a passagem do caminho-de-ferro – e que os recebiam, mais numa atitude de atalaia do que numa expressão de boas-vindas.

⁸ Roteiro da Exposição do Mundo Português (1940).

Sem ceder à tentação de descrever o ordenamento detalhado da exposição, diríamos que, após a entrada principal, os primeiros núcleos de pavilhões versariam precisamente sobre a dimensão da “cidade histórica”: *fundação, formação, conquista e independência* (Rodrigues Lima). Seguidamente, defrontar-se-iam com uma segunda ordem de edificações: tendo a Sul, o núcleo dedicado aos *Descobrimentos* (Pardal Monteiro/Cottinelli Telmo), que avisadamente fazia a sua relação ao estuário, às docas e ao Padrão; e, a Norte, o núcleo atribuído à *Colonização* (Carlos Ramos), isto é, aos conteúdos, político-administrativo e religioso, justificativos de tal relação. Entre este último e o primeiro, ainda que híbrido pela posição, mas distintivo pelo sítio e exposição, rematava o Pavilhão do Brasil (Raul Lino), perspetivado do interior, como inserto no conjunto colonial, mas privilegiado, se visto de fora, por aparecer alinhado à porta de entrada, sobre a direita, ao mesmo nível dos pavilhões-tema da exposição.

No extremo poente do certame, ainda que obviamente dotado de entradas autónomas, haveria como que um efeito de “traseiras”, ou “fundos”, no que concerne à localização do Centro Regional, constituído pelos núcleos dedicados às artes vernaculares. Referimo-nos à Secção da *Vida Popular* (Velooso Reis/João Simões), junto ao rio, e a Norte, ao núcleo das *Aldeias Portuguesas* (Jorge Segurado). Todavia, reconhece-se um contraste de conceito, que importa salientar. Enquanto no caso da secção havia uma estrutura de pavilhão, caracterizada por uma arquitetura, de base moderna, que surgirá decorada com motivos folclóricos, mais ou menos estilizados, tão ao gosto da síntese concebida por António Ferro⁹, no que tocava às aldeias simuladas (Figura 3), um tal conjunto funcionaria como uma espécie de exposição dentro da própria exposição.

Os 13 núcleos das *Aldeias Portuguesas* surgiam, pois, encaixados numa malha de traçado irregular, que contradita a rigidez geométrica da morfologia urbana geral da própria exposição. A *aldeia* das aldeias portuguesas projetou-se em cada conjunto edificado ou casa, que pretendia representar a diversidade regional da arquitetura popular. Reconheça-se que este procedimento surgia na esteira do sucesso que havia sido conseguido com o concurso, realizado em setembro de 1938, da *Aldeia Mais Portuguesa de Portugal*, organizado pelo Secretariado da Propaganda Nacional.

⁹ “O gosto moderno de António Ferro, notavelmente explicitado nos Pavilhões da Vida Popular, declinaria também, perante o modelo historicista e eclético dos restantes pavilhões e de continuidade assegurada pelo conservadorismo dominante” (Santos, 1998, p. 77).

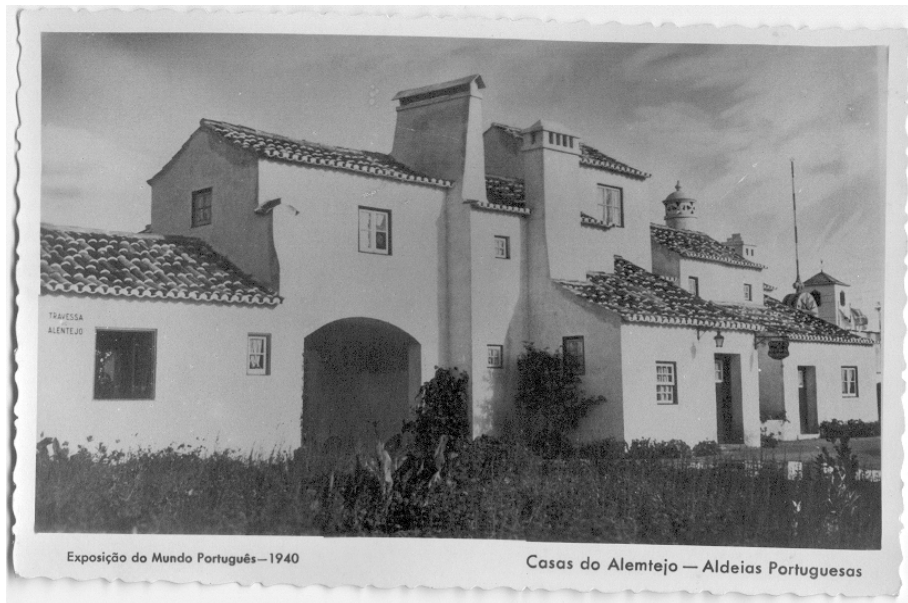


Figura 3: Postal da coleção editada a pretexto da Exposição do Mundo Português de 1940

Para animá-las, nos seus usos e costumes, viriam aldeões e outros artesãos, capazes de fundamentar a imagem remanescente, que hoje dá pelo nome de “país profundo”.

Entre a *aldeia* e o *império*, a Exposição do Mundo Português concebia-se como cidade, porém não enfeitando ambas¹⁰. Pretendia-se que o viver urbano desses tempos inquietantes de guerra mundial, algo paradoxalmente, conciliassem as virtualidades telúricas da vida do campo com o espírito do quotidiano citadino. Entendamo-nos, isto tudo idealizado com o fim de justificar uma cidade que se descobria a si própria arrediada dos complexos industriais e da dimensão estruturante dos grandes tráfegos que estigmatizavam já as grandes *megalopolis*. Uma cidade com um urbanismo alcandorado à centralidade dos equipamentos coletivos, que subordinavam as vias de circulação a si e não o contrário. Enfim, uma cidade pacata, certamente aquém dos desígnios de Duarte Pacheco, mas sem dúvida mais apaziguadora da urbisvisão geral pretendida por Oliveira Salazar.

¹⁰ Repetia-se, deste modo, a mitologia que desde os anos 30 seguia em livre curso por todo o Portugal. Veja-se, neste sentido, *A Romaria da Senhora da Agonia. Vida e Memória da Cidade de Viana*, obra publicada, em 2000, por Moisés de Lemos Martins, Albertino Gonçalves e Helena Pires (sobretudo o capítulo III. A folclorização das Festas, pp. 73-113).

Ainda assim, mais além dos “fundos” do “Centro Regional”, desfrutavam-se outros motivos temáticos, inalienáveis do alcance popular e universal da Exposição do Mundo Português. Num extremo mais periférico da órbita da “cidade histórica”, fora da unidade do recinto e acima do plano da fachada dos Jerónimos, era possível encontrar a *Secção Colonial* (Henrique Galvão), não despididamente etiquetada de *Bairro* ou *Jardim*. Representou, antes de mais, um fator de exotismo e fascínio, sobretudo pela presença dos figurantes autótones, vindos expressamente das colónias, fardados nos seus trajes tradicionais e de cerimónia, misturando a ficção com a realidade¹¹, e não tanto pela dimensão física da arquitetura tradicional ou das expressões artísticas ostentadas, e que mereceram a atenção do público. Note-se que ainda se reproduzia o confronto etno-antropológico típico do século XIX, entre o colono, “civilizado”, e o indígena, “primitivo”. Mas, o que principalmente relevava deste núcleo era mesmo o alcance da mensagem política, tanto para o estrangeiro como para o nacional, porque, não nos olvidemos, num momento em que a configuração geopolítica do mundo era incerta, adivinhava-se que a perspetiva colonial nunca mais iria ser a mesma. Mais dúvidas houvesse, para quem a visitasse, vindo da entrada principal, encontraria antes a realidade colonial explicada a todos, pelos ditames da fé, da história e das “boas razões de civilização”, ilustrando uns quantos pavilhões mais abaixo.

Para rematar a análise da estrutura morfológica da Exposição do Mundo Português, só faltará mesmo que citemos os dois perímetros de apoio ao evento, que foram, também, efetivos fatores da popularidade conquistada pelo certame. O parque de atrações “fazendo *pendant* à secção colonial”, isto é, ocupando uma posição excêntrica, desta vez a poente do Mosteiro dos Jerónimos, por um lado, e por outro, no encaixe entre o Pavilhão de Honra e os pavilhões da Colonização e do Brasil, o *Bairro Comercial e Industrial* (colaboração de Keil do Amaral). Aí, tal como no caso das *aldeias simuladas*, situadas no setor do Centro Regional, também se vislumbraria o sacrifício do modernismo, com a afirmação dos *padrões de estilização seiscentista*, os mesmos que serviriam de motivo ao revivalismo de uma *rua de casas maneiristas*, específica dessa época, na *zona comercial e industrial* da exposição de Belém. Porque, afinal de contas, ainda que a escala do projeto da *rua seiscentista* (Figura 4) fosse a da sugestão de uma imagem de realidade transposta do passado, ela não era cenicamente

¹¹ Mais do que isso, enquanto animadores figurantes, estiveram presentes alguns dos representantes da realeza africana e de outras dignidades tribais vindas expressamente a Lisboa.

distinta, senão na escala, por exemplo, do Portugal dos Pequenitos (Cassiano Branco, 1938/40), inaugurado no mesmo ano da exposição, mas neste caso em Coimbra¹².



Figura 4: Postal da coleção editada a pretexto da Exposição do Mundo Português de 1940

O modo como “tudo se acomodou, porém, na grande Exposição” (França, 1982, p. 25), deixou em todo o nosso inconsciente coletivo uma marca indelével, de fantasia, que, pelo menos, até ao denunciar da “psicose do retorno às formas do passado”, no Congresso Nacional de Arquitectura de 1948, ajudou a eternizar, isso sim, a ideia de uma *cidade de ilusões*. Como V. M. Ferreira nos recorda, Cottinelli Telmo questionou-se

sobre o que acabaria por “ficar na cidade de Lisboa, depois da Exposição do Mundo Português” [refere o autor]. E o comentário é exemplar: daquela exposição ficaria, antes de mais, “a preparação de um vasto plano de urbanização”, mas também “uma lição cultural, uma aplicação de energias latentes e de valores não revelados ainda, um exemplo de actividade, de iniciativa, que muito vai honrar

¹² Sobre o Portugal dos Pequenitos, como “brinquedo político, que é também um modelo reduzido de poder”, ver *O Olho de Deus no Discurso Salazarista*, de Moisés de Lemos Martins, 1990, pp. 88-92.

e põe em foco o Governo da nação e todos os seus colaboradores perante o mundo”. (*Revista Oficial do Sindicato Nacional dos Arquitectos*, 1939, 9, p. 257, citado em Ferreira, 1987, p. 369)

No mesmo registo em que veio então messianicamente a ser exarado na *Revista Municipal*, “a Cidade Nova iniciada com a Exposição do Mundo Português (...) h[á]-de perpetuar o ‘ano áureo’ no dobrar dos tempos e na imaginação dos vindouros” (*Revista Oficial do Sindicato Nacional dos Arquitectos* (1944), p. 19, citado em Ferreira, 1987, p. 366).

A urbanística do Estado Novo não foi, porém, *nem fascista, nem nacionalista*, como afirma Silva (1987), porque verdadeiramente continuaria a não ser capaz de enjeitar as idiosincrasias de longo rasto. Lisboa cresceria, “com o seu jogo de radiais e circulares”, enfeudada a um planeamento de natureza *fantasmático*, isto é, sempre invocado, mas permanentemente adiado (Ferreira, 1987, p. 361).

Produto concetual da estreita cooperação entre Duarte Pacheco e o urbanista E. De Gröer, Lisboa pretendia-se, ou idealizava-se, sob um mosaico de zonas, de algum modo com o mesmo *zoning* insularizante da estanquicidade funcional dos quarteirões de uma exposição. A cidade prosseguia o afastamento, que já anteriormente havia encetado, relativamente ao seu atrator natural, o Tejo. Neste sentido a exposição foi mais que tudo efémera. No final do ciclo, é certo que se passou a desfrutar de novas redes de equipamentos públicos, de renovadas infra-estruturas, tanto para Lisboa como para o resto do país. Mas a modernidade urbanística quedar-se-ia sobretudo pelas doutrinas, planos, projetos, e não tanto pela transformação estruturante do território urbano nacional. A cidade em Portugal ficou mais próxima do embelezamento reconhecível do postal ilustrado, mas continuou atávica, circunscrita a si própria e entorpecida no tempo, mais dada à ilusão contemplativa do que à enérgica atração da utopia.

○ POSTAL ILUSTRADO, UM EFÊMERO FIXADOR DE ETERNIDADES

O postal ilustrado de uma paisagem é como que o objeto de um museu de teatro. O que se exhibe não é a essência do que pretende significar, porque a paisagem, tal como uma peça teatral, vive da magia irrepetível de um momento único, em *direto e ao vivo*. Desde a instantaneidade que decorre do momento imagético/fotográfico que suporta, do ato único da

aquisição e/ou do uso, por exemplo como suporte de escrita¹³, do desenlace da expedição postal, e finalmente da sua inevitável predestinação para o arquivamento, seja ele íntimo ou sistemático, tal como tudo o que igualmente resulta da atuação dramática, depois de finda a função, terminado o ecoar da palmas do público, além da memória emocional que fica, só restam mesmo artefactos residuais, como o texto, as máscaras, o guarda-roupa, as fotos/gravações, os adereços, os cenários, que por serem de aparato, mais ainda são tremendamente efémeros. No final, resta um amplo denominador comum, próprio das coisas cuja natureza é serem feitas para sugerir, e não para o ser. Isto é, sobra tudo, menos verdadeiramente aquilo que é a essência do espetáculo, resta tudo, menos aquilo que é o pedaço de lugar e de tempo que se quer guardar, que se pretende eternamente fixar, mas que está inexoravelmente condenado, senão já morto.

O *postcard*, embora durável, ainda que devidamente acondicionado, é de uma inquestionável fragilidade. Um incêndio, uma inundação, uma simples mudança de casa, ou o desenlace do depositário, e são mais que prováveis as possibilidades de o *postcard* se extraviar ou desvanecer. No entanto, o postal ilustrado tem um potencial comum, mesmo que não o cumpra, o de servir “para mais tarde recordar”. Isto é, ainda que efémero, serve para consolidar promessas de eternidade. Não tem a nobreza da pedra, a durabilidade do metal, ou genuinidade e a perturbação da pintura, nem mesmo a unicidade da fotografia de um álbum, porém, é pelas vagas insistentes da sua reprodutibilidade, pela expectativa de disseminação global, pela universalidade colecionável que lhe está consignada, que ele usufrui de um elevado poder iconográfico. Tanto mais que oferece uma dimensão grafológica seminal quanto ao ato de se poder manuscrever, conquistando a mesma magia antropológica das inscrições anónimas que povoam os monumentos e os lugares sagrados. O postal ilustrado encerra sempre dentro si a promessa de poder dizer “estive aqui”, “amo-te” ou “saudades”.

Neste sentido o postal ilustrado de uma paisagem encerra um paradoxo, porque propondo-se como um repositório de espaço e de tempo, que se guarda para sempre, ele próprio, fora do lugar, já não é esse tempo nem lugar, pelo que não guarda mais do que um resíduo, uma caricatura do que pretende representar. A ilusão de eternidade que deixa é também ela fugaz, porque a natureza do material em que assenta é de risco. Resiste sem fim, somente pela expectativa do espécime sobrevivente que é inerente

¹³ Não queremos invocar o potencial valor literário ou documental do texto, embora a ideia de ato único, presente na aquisição e/ou no uso como suporte de escrita também, não tenha de ser necessariamente referente ao postal ilustrado.

à grande tiragem, às sucessivas reedições, ou pela convicção do exemplar zelosamente guardado por um colecionador ou arquivo.

O problema aqui está em que o postal ilustrado, sendo por natureza efêmero, tal como a paisagem da exposição que veiculou, ironicamente não é mais efêmero que ela. Porém, a imagem que projetou, a galeria imagética que se disseminou na *grande tiragem* dos seus visitantes, impregnou a nossa memória coletiva de referentes, quando não de mitos, onde o cinema, a fotografia e o postal, mais do que qualquer texto, se converteram em janelas iconográficas desse grande espetáculo. Mais ainda quando, sabendo-se que besta lá fora rugia, o evento, apesar de tudo, mostrou-se um oásis de brandura em tempos cinzentos, de conformação das massas e áridos de humanismo.

Quando o postal ilustrado sobra à paisagem, assume o papel de um fóssil e dá-nos o molde do ser vivente do passado, mas só o negativo do que existiu, já que dele não resta nada, senão alguns resíduos testemunhais. A haver memória, será quiçá a do património genético, mais ou menos intangível, que se propagou na evolução do nosso ser coletivo.

Pela série incompleta dos postais ilustrados de que dispomos da Exposição do Mundo Português¹⁴, podemos, contudo, reconstituir um modelo *virtual* no nosso imaginário. De como era o recinto, a fachada e, quiçá, imaginar o interior dos seus pavilhões, podemos até simular percursos, confrontar perspetivas. Melhor ainda, se nos servirmos da cartografia, podemos dispor os elementos uns em função dos outros, decalcarmos mentalmente o itinerário, imaginamo-nos a vencer a porta principal e a avançarmos por entre os pavilhões. Existe ainda a possibilidade de cotejarmos os postais com a inúmera fotografia existente. Desde logo, vêm à mente os trabalhos de Mário Novais, que também deram origem à edição postal. Pelo seu olhar ficaram famosas aquelas imagens noturnas da exposição que foram amplamente divulgadas.

Hoje, através da *navegação cibernáutica*, começam a sair dos álbuns e dos baús velhas preciosidades, que deixam a obscuridade íntima do privado e que nos permitem o reencontro desafetado com o passado. Disso é exemplo a notável “Fotobiografia da Família Tavares na Exposição do Mundo Português de 1940”¹⁵. Aí estamos nós, de novo, refletidos no espelho da nossa identidade, em permanência, independentemente do tempo e do

¹⁴ São 70 postais integrantes de uma série de fotografias, a preto e branco, desdobrada com legendas em duas línguas, respetivamente, em português e inglês, série essa que reuniria cerca de quatro centenas de espécimes.

¹⁵ Retirado de <http://tavares1952.no.sapo.pt/Exp01940/Exp01940.htm>

lugar, quais passageiros interestelares, que somos na dimensão tátil do postal ilustrado, no leve aroma fúngico do cartão, na imagem amarelecida pelo tempo, um retalho, quase que uma relíquia, que nos identifica com parte daquilo que somos, enfim, passageiros acidentais desta longa viagem.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Acciaiuoli, M. (1982). A utopia Duarte Pacheco. In *Arte Portuguesa nos Anos Quarenta* (cat. exp.), n/a - n/a. Lisboa: FCG.
- Almeida, S. C. de J. V. C. M. de (2009). *O País a Régua e Esquadro - Urbanismo, Arquitectura e Memória na Obra Pública de Duarte Pacheco*. Tese de Doutoramento em História, especialização em Arte, Património e Restauro. Universidade de Lisboa, Lisboa, Portugal.
- Calado, J. (1998a). Independência de Portugal (Nota oficiosa da Presidência do Conselho). *Revista dos Centenários*, 31 de Janeiro de 1939, 1, 2-7.
- Calado, J. (1998b). Rectas e Curvas. In *Catálogo da Exposição do Mundo Português* (pp. 45-55). Lisboa: Arquivo de Arte do Serviço de Belas Artes da Fundação Calouste Gulbenkian.
- Castro, A. (1940). *A Exposição do Mundo Português e a sua finalidade nacional*. Lisboa: Empresa Nacional de Publicidade.
- Ferreira, V. M. (1987). Uma nova ordem urbana para a capital do império – a “modernidade” da urbanização e o “autoritarismo” do Plano Director de Lisboa, 1938-1948. In *VV. - Das origens ao fim da autarcia – 1926-1959*, II, (pp. 359-375). Lisboa: Fragmentos.
- França, J. A. (1979). 1940: Exposição do Mundo Português. *Colóquio - Artes*, 45, 35-47.
- França, J. A. (1982). *Os Anos 40 na Arte Portuguesa - Catálogo da Exposição homónima*. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.
- França, J. A. (1998). *A Arte em Portugal no Século XX (1911-1961)*. Venda Nova, Mirandela: Bertrand Editora.
- Lourenço, E. (1982). Almada-Mito e os Mitos de Almada. In *Os Anos 40 na Arte Portuguesa – Catálogo da Exposição homónima* (pp. 44-47). Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.
- Martins, M. L. (1990). *O Olho de Deus no Discurso Salazarista*. Porto: Afrontamento.

- Martins, M. L., Gonçalves, A. & Pires, H. (2010). *A Romaria da Senhora d'Agonia. Vida e Memória da Cidade de Viana*. Viana do Castelo: Associação Desportiva e Cultural dos Trabalhadores dos Estaleiros Navais de Viana do Castelo.
- Martins, M. L., Oliveira, M. & Bandeira, M. (2011). O “mundo português” da Exposição de 1940 em postais ilustrados. O global numa visão lusocêntrica. *Revista de Comunicação e Linguagens*, 42, 265-278. Retirado de <http://hdl.handle.net/1822/24149>
- Novais, M. (1998). *Exposição do Mundo Português – 1940*. Lisboa: FCG; fotografia n.º 40, Sala do Futuro, Pavilhão de Lisboa.
- Santos, R. A. (1998). A Exposição do Mundo Português, celebração magna do Estado Novo Salazarista. In *Catálogo da Exposição do Mundo Português* (pp. 57-79). Lisboa: Arquivo de Arte do Serviço de Belas Artes Fundação Calouste Gulbenkian.
- Silva, C. N. (1987). A ‘Urbanística’ do Estado Novo (1926-1959): nem nacional nem fascista. In *VV. - Das origens ao fim da autarcia – 1926-1959*, II (pp. 377-386). Lisboa: Fragmentos.
- VV – Mário Novais (1998). Exposição do Mundo Português. Arquivo de Arte do Serviço de Belas Artes da Fundação Calouste Gulbenkian, Catálogo da Exposição, Director Manuel Costa Cabral, Lisboa.
- VV – Os Anos 40 na Arte Portuguesa (1982). Catálogo da Exposição homónima. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, Galerias de Exposições Temporárias, de 30 de Março a 17 de Maio.

Citação:

Bandeira, M., Martins, M. L. & Oliveira, M. (2017). Morfologias urbanas e arquitetura da Exposição do Mundo Português (1940) desde o postal ilustrado. In M. L. Martins (Ed.), *Os postais ilustrados na vida da comunidade* (pp. 89-111). Braga: CECS.

FABIANE PIANOWSKI

fabiane.pianovski@gmail.com

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE (FURG), BRASIL

ARTE PELO CORREIO: A PRESENÇA DO CARTÃO-POSTAL NAS PRÁTICAS ARTÍSTICAS DO SÉCULO XX

A necessidade de comunicação do homem criou o correio. A data exata deste facto é desconhecida, sabe-se, porém, que a arte de escrever cartas tem uma história bastante antiga, na qual para alguns historiadores os sumérios assumiriam o protagonismo das primeiras correspondências, realizadas em escrita cuneiforme e que datam aproximadamente de 3500 a.C.. Os egípcios estabeleceram o sistema postal através de mensageiros no século XII a.C.. Porém, foram a invenção do papiro e posteriormente do papel, mais leves e de fácil manejo, fundamentais para o desenvolvimento do correio tal como o conhecemos.

Inicialmente, os envios constituíam-se quase que exclusivamente em mensagens oficiais. A popularização deste serviço dar-se-ia somente no século XV, quando passou a ser permitido o transporte de envios privados num âmbito mais amplo.

O primeiro monopólio de correios, Thurn und Taxis, surgiu em 1520 e até 1867 controlava todos os correios europeus, apesar de sofrer intervenção do Estado. Este monopólio estabelecido em Bruxelas conectava praticamente toda a Europa central, com o uso de cavalos para efetuar as entregas. As regiões que não estavam sob este monopólio tinham sistemas de envio distintos que funcionavam conforme as regras específicas de cada país.

O alto custo e a morosidade da burocracia levavam a muitas insatisfações por parte dos usuários, resultando no surgimento de organizações clandestinas que ofereciam o serviço postal de forma mais econômica e com menos formalidades. Na tentativa de unificar o seu sistema, a Inglaterra, através do projeto idealizado por um de seus funcionários, Rowland Hill, revolucionou o envio de correspondências, através de uma proposta que estabelecia que as tarifas pagas pelos usuários fossem confirmadas por meio de um comprovativo fixado na correspondência. Deste modo, em

1840, foram vendidos os primeiros selos postais. O novo sistema resultou num salto nos envios que passaram dos 78 milhões em 1839 para os 170 milhões em 1840. O primeiro selo emitido no mundo foi o famoso *Penny Black* de Inglaterra. O Brasil, com a criação da série *Olho-de-boi*, em 1843, foi o segundo país do mundo a emitir selos (Figura 1).



Figura 1: Selo da série *Olho-de-boi*, Brasil, 1843

Em 1867, acabava o monopólio Thurn und Taxis. E, na esteira destes acontecimentos, vieram os acordos internacionais e as melhorias dos meios de transporte – principalmente com o desenvolvimento do sistema ferroviário – que permitiram um serviço postal mais rápido e eficiente. Em 1869, aproveitando o fim do monopólio dos correios na Europa Central, o Barão Adolfo Maly, diretor dos correios austríacos, assinou um decreto em que se admitia a circulação de cartões-postais de franquia reduzida (Figura 2).



Figura 2: *Correspondenz-Karte*, primeiro cartão-postal, Áustria, 1869

Porém, seria somente em 1902 – provavelmente porque passaram das gráficas governamentais às privadas – que os cartões-postais passaram a ser impressos como os conhecemos atualmente: um lado com a ilustração e o outro lado dividido em duas partes idênticas (*divided back*), com o espaço da esquerda para a mensagem e o da direita para o endereço do destinatário e os selos.

Desde então, abundam os postais de paisagens, flora e fauna, de fotografias de artistas famosos, de temas satíricos ou políticos, de reprodução de obras de arte, assim como os eróticos, que aguçaram a libido de uma época. Uma particularidade fundamental e revolucionária do novo meio, destacada por Vittore Baroni (2005, pp. 19-21), é o fato de que as mensagens e imagens começaram a viajar “destapados”, sem qualquer preocupação com a privacidade dos correspondentes.

Durante este século o cartão-postal converteu-se no “meio de comunicação mais utilizado para a transmissão de mensagens curtas pelo correio”¹. Sob essa premissa, muitos artistas vão fazer uso do cartão-postal como suporte artístico, de maneira que é possível traçar um pequeno histórico do uso do cartão-postal nas práticas artísticas do século XX.

FUTURISMO

Este movimento artístico nasceu de um manifesto literário, feito em 1909, por Filippo Tomaso Marinetti (1876-1944). Como uma ode ao moderno, o Futurismo surgiu opondo-se à tradição, aos valores e às instituições consagradas pelo tempo. A sua razão de ser era a velocidade, a energia mecânica, a tecnologia e a metrópole. Como primeiro movimento de vanguarda, o Futurismo instaurou um novo ritmo nas artes. Abriu as portas para a intelectualização da arte, em que as teorias e as ideias passaram a ter maior importância que o próprio objeto artístico. A partir dele, a ideia passou a antepor-se ao estilo.

Segundo Vittorio Bacelli², os artistas futuristas foram os primeiros a usar o meio postal sob uma ótica estetizante. Nesse sentido, Giacomo Balla (1871-1958) realizou pinturas em cartões postais (Figura 3) e Ivo Panagi (1901-1981), na década de 20, criou as “colagens postais” (Figura 4) que consistiam em combinar a direção do destinatário com fotografias, elementos gráficos, selos, papéis policromados etc., que depois os correios completavam, pondo ao azar selos e etiquetas oficiais (Bernard, 2005).

¹ Mail, Merz (Sousa, Pere). *Introducción a la tarjeta postal*. Retirado de <http://boek861.com>

² Bacelli, Vittorio. *Futurismo postal*. Retirado de <http://www.vorticeargentina.com.ar>



Figura 3: Giacomo Balla, desenho sobre cartão-postal do Movimento futurista enviada a F.T. Marinetti, s.d.



Figura 4 - Ivo Pannaggi, "Collage postal", endereçada a Katherine Dreier (16/10/1926)

DADAÍSMO

Contra os ideais burgueses, o Dadaísmo fez-se “antiarte”, destruindo-se para sobreviver, seguindo o lema anarquista: “a destruição é também criação”, de Mikhail Bakunin (Bakunin citado em Corredor-Matheos & Miracle, 1979, p. 102). O próprio nome “Dadá” nasceu da contestação. Uma das versões do surgimento do nome é que o mesmo se deu com a ajuda do acaso: palavra surgida no folhear de um dicionário de Alemão-Francês, que se refere ao primeiro som emitido por uma criança.

O movimento surgiu, em 1916, num “centro de entretenimento” denominado Cabaré Voltaire, situado em Zurique, onde artistas e poetas se manifestavam sob o incentivo do filósofo e poeta Hugo Ball (1886-1927), seu fundador. Porém, foi Tristan Tzara (1896-1963) – ao criar, organizar, editar e distribuir a revista *Dada* – que deu continuidade e ênfase ao movimento.

O descontentamento com a situação em que viviam fez do Dadaísmo muito mais um modo de vida, uma atitude mental, do que um movimento artístico, pois “ridicularizava a confiança irrestrita do Ocidente na razão, e denunciava a divisão e a especialização mediante as quais se pretendia neutralizar as complexidades da vida moderna e torná-la mais segura” (Bradley, 1999, p. 12).

Na opinião de Ades (1991, p. 82), o Dadaísmo “foi um movimento essencialmente internacional”. Muito provavelmente por este caráter, o meio postal, em especial o cartão-postal, foi utilizado de forma significativa pelos dadaístas, sendo Duchamp e Schwitters os que possuem registros mais evidentes desta prática.

Marcel Duchamp (1887-1968) é um marco na história das novas práticas artísticas, porque foi ele o instaurador de um novo pensar/agir sobre arte. Como afirma Argan (1998, p. 661):

talvez a obra de Duchamp, alquímica por excelência, seja toda a sua vida, que serve de modelo para todas as novas vanguardas do segundo pós-guerra, do neodadá às experiências de recuperação do corpo como expressão artística na intenção de fazer coincidir arte e vida.

Duchamp acreditava na ideia da não-superioridade do artista como criador e, ao transformar a escolha como o elemento determinante da intervenção pessoal na criação artística, desvinculou a arte da habilidade manual. Sob esta postura, Duchamp criou os *readymades*, objetos artísticos feitos de objetos quotidianos que, a partir da escolha do artista de transformá-los em arte, passavam a ter “a exclusiva função de desorientar

o observador” (Ades, 1991, p. 87), em relação ao que era ou não era arte. Desse modo, Duchamp instaura um novo paradigma, de caráter mais epistemológico, no qual o pensar e agir artístico não estão mais focados no objeto *de* arte, mas sim no objeto *da* arte.

A partir de então a arte passa a estar contextualizada, rompendo com a autonomia formalista, desvinculando-se das linguagens tradicionais, como a pintura e a escultura, para se realizar através dos mais diferentes meios e materiais. Essa nova práxis artística resultará alguns anos depois no experimentalismo da arte conceitual.

A atenção de Duchamp a todas as possibilidades oferecidas pelo cotidiano para a produção artística fez dele, juntamente com os futuristas citados anteriormente, um dos precursores do uso do correio e do cartão-postal como suporte artístico. A sua obra “Rendez-vous dimanche 6 fevrier 1916 á 1h $\frac{3}{4}$ de 1'm après-midi” (Figura 5) é um marco nesse sentido, podendo ser considerada a primeira obra conceitual ligada ao cartão-postal.

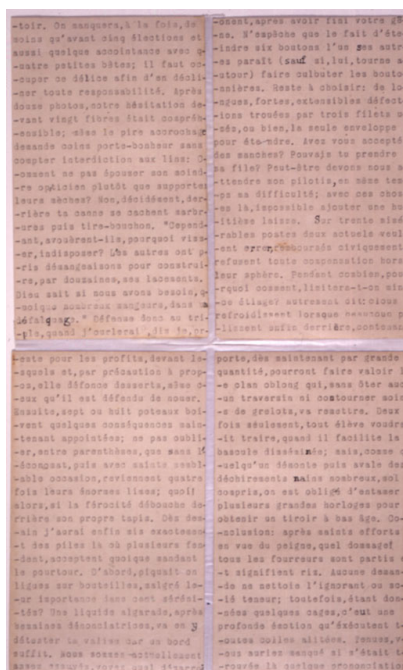


Figura 5: Marcel Duchamp — “Rendez-vous dimanche 6 fevrier 1916 á 1h $\frac{3}{4}$ de 1'm après-midi”, 1916, texto datilografado sobre 4 cartões-postais

Duchamp datilografa sobre quatro cartões-postais um texto sem início nem fim e sem respeitar as regras de separação silábica, de modo que o mesmo é praticamente ilegível, depois une os cartões com fita adesiva e envia-os ao Sr. e Sra. Arenberg.

Outro artista importante no uso de elementos postais é Kurt Schwitters (1889-1948). Esse artista foi um excêntrico de seu tempo. A sua atitude de recusa aos materiais tradicionais em favor de materiais “menos nobres”, como bilhetes usados de ônibus, selos, rolhas, trapos, botões, pedaços de cartas, recortes de jornais etc., aproximava-o da prática dadaísta. Porém, ele não aceitava a negação estética dos dadaístas e por isto não foi acolhido no Clube Dadá, criando, portanto, o seu próprio movimento. Assim, criou o Merz, palavra que, segundo o próprio artista, adquiria significado na medida em que era utilizada por ele, sendo muito provavelmente, resultado da desconstrução de *Kommerz*, para indicar a impossibilidade comercial de sua obra.

Para Schwitters, conforme Argan (1998, p. 359), “a obra é apenas o lugar onde terminam e se incrustam as coisas mais heterogêneas”. Sob este enfoque constrói as suas colagens e *assemblages*. Ele recolhe tudo o que não serve mais para a sociedade de consumo e junta, sem lógica aparente, pedaços de diferentes realidades já vivenciadas, reconstruindo a intrincada trama da existência. Assim, constrói o seu trabalho mais importante, o *Mezbau*, escultura-arquitetura de gesso, que escondia nas suas cavidades lembranças de amigos.

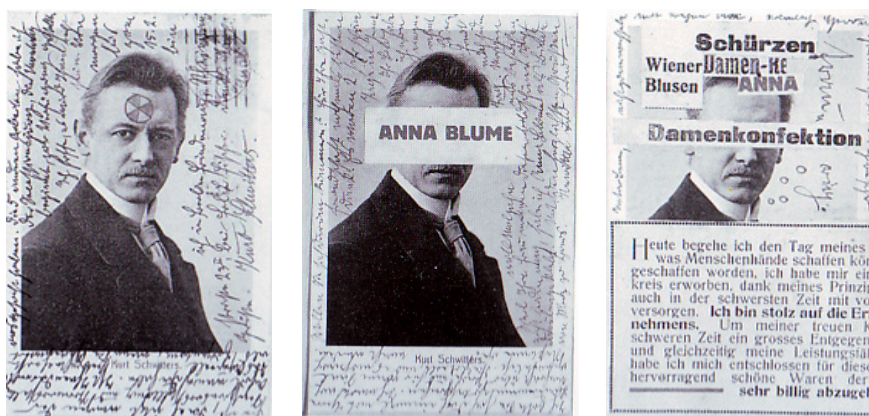


Figura 6: Kurt Schwitters, cartões-postais enviados a Walter Dexel em 5/03/1921, 27/05/1921 e 4/11/ 1921, respetivamente

Em relação ao uso do cartão-postal, Schwitters também realiza obras de referência. Entre elas estão: a manipulação e interferência em 11 postais editados por Paul Steegmann, que continham obras suas destruídas pela guerra no intuito de preservá-las; os cartões-postais que envia a Walter Dexel (Figura 6), nos quais manipula a sua própria imagem e as colagens feitas a partir de cartões postais como, por exemplo, “Collage Merz 133” (Figura 7).



Figura 7: Kurt Schwitters, “Collage Merz 133”, 1922. Colagem feita com cartões-postais

NOVO REALISMO

O idealizador do movimento foi Pierre Restany (1930-2003), a quem coube unir em 1950 o ineditismo de artistas de estilos e meios tão diversos através da publicação de um manifesto, o objetivo comum era a ampliação das ideias e dos atos de Duchamp.

Restany elaborou a “estética sociológica”, a partir da produção de artistas como Yves Klein (1928-1962), Armand Fernandez (1928-2005), Jean Tinguely (1925-1991), Daniel Spoerri (1930) e Raymond Hains (1926), os quais se apropriavam de maneira direta do real, do cotidiano e do banal.

Ao utilizarem materiais comuns e corriqueiros para produzir as suas obras, esses artistas também reviviam a tendência iniciada pelos dadaístas, criando uma arte feita da apropriação direta da realidade. Estes artistas fizeram importantes contribuições para a arte contemporânea, apesar da sua curta duração enquanto movimento formal.

Em relação ao uso de elementos do sistema postal, Yves Klein iniciou em 1957 o movimento de selos de artista com o seu “Selo azul” (Figura

8). O artista cobriu com tinta “azul Klein” uma série de selos oficiais do governo francês, utilizando-as posteriormente para despachar os convites em formato de cartão-postal da sua exposição. Como o Correio se negou a despachar a correspondência, acredita-se que Klein teve que subornar os carteiros para efetivar os envios.

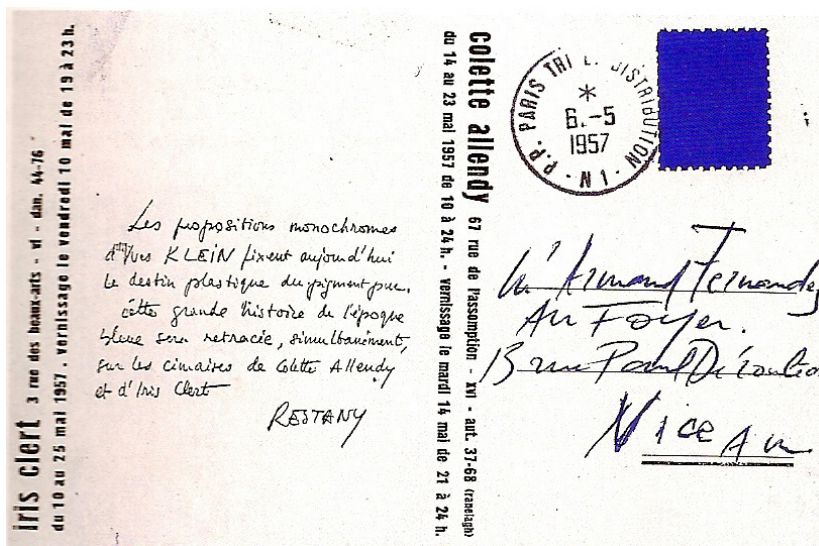


Figura 8: Yves Klein, “Selo azul”, 1957, selo sobre cartão-postal

ARTE CONCEPTUAL

Após o período de estagnação das vanguardas devido à repressão e ao conservadorismo do pós-guerra na Europa e ao estabelecimento do modernismo nos Estados Unidos, os artistas conceituais recuperaram, do mesmo modo que os neo-realistas, as ideias vanguardistas de Marcel Duchamp, focando-se novamente na questão dos limites entre o que é e o que não é arte.

Os conceptualistas, ao apropriarem-se das ideias de Duchamp, rompem com os preceitos formalistas, renunciando a autonomia da arte e a estética vinculada ao objeto e passam a entender a arte como um processo criativo inserido num contexto histórico-cultural. Além disso, “ao extrapolar a visão retiniana, a experiência da arte torna-se múltipla, envolvendo todos os sentidos” (Freire, 2006, p. 29), de modo que o espectador passa a fazer parte desse processo.

O primeiro a usar a expressão “arte de conceito” foi o artista *Fluxus* Henry Flynt (1940), em 1961, no seu ensaio *Concept Art*. Porém, o termo “arte conceitual” – usado para designar uma multiplicidade de atividades com base na linguagem, fotografia e processos – seria cunhado posteriormente por Sol Le Witt (1928-2007) com a publicação de seus *Paragraphs on Conceptual Art* (1967) e *Sentences on Conceptual Art* (1969). Posteriormente, a etiqueta “conceptualismo” seria empregada de forma mais recorrente para designar as propostas artísticas que rompem com a preocupação centrada exclusivamente na aparência e na materialidade da arte, abarcando um amplo leque de práticas artísticas que surgem do encontro da arte com a realidade social, política e econômica nas suas múltiplas (re)significações (Camnitzer, Farver & Weiss, 1999).

Destituindo “aura” da obra de arte e a “genialidade” do artista e valorizando a ideia, acima de tudo, a arte conceitual, estimulada pelo contexto histórico do período em que pululavam os movimentos de contracultura, “implicava reconsiderar o objetivo da arte – ou seja, implicava levantar questões com respeito aos ‘produtos’ da atividade artística e ao ‘propósito’ da arte em relação a mais ampla história da modernidade” (Wood, 200, p. 29). Neste sentido, foi uma questionadora da posição elitista da arte e do artista.

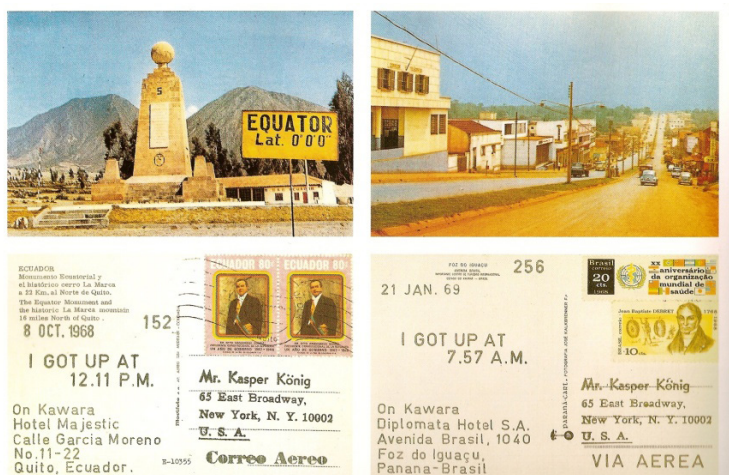


Figura 9: On Kawara, “I got up at” (1968-1979), carimbo sobre cartões-postais turísticos

As estratégias utilizadas pelas propostas conceituais como a preponderância da ideia, a transitoriedade dos meios, a precariedade dos

materiais, a crítica institucional, a participação do espectador e o uso de formas alternativas de circulação, imbuíram-nas de extrema diversidade e liberdade de modo a permitir que proposições artísticas subversivas emergissem.

Desse modo, os artistas conceptuais irão apropriar-se dos sistemas de comunicação como o telefone, o fax e, especialmente, o correio. Em relação a este último, o cartão-postal terá destaque em algumas proposições artísticas como é o caso do projeto conceptual “I got up at” (Figura 9) de On Kawara (1933). Neste projeto, o artista envia diariamente por correio, de 1968 a 1979, cartões-postais com a indicação da hora e do local exatos do momento em que se levantou. O trabalho só se concretiza quando a mensagem chega ao destinatário.

ARTE POSTAL

Arte postal (*mail art*) é a circulação, através do sistema postal, das mais diferentes propostas estéticas. Funciona através de uma rede de artistas na qual o principal objetivo é muito mais a comunicação e o intercâmbio de ideias do que a mera exibição da produção artística. De maneira que o enfoque da arte postal não está centrado no objeto artístico, e sim no processo, ou seja, nas relações que se estabelecem nessa rede.

Foram as atividades postais do americano Raymond Edward Johnson (1927-1995) que deram origem à chamada arte postal. Até então, as práticas artísticas que envolviam o uso do sistema postal eram incidentais e não levavam uma denominação específica. Foi somente a partir da criação da New York Correspondance School (NYCS), em 1962-63, por Ray Johnson que esta maneira de produzir arte se sistematizou e passou a ser conhecida como *mail-art*. A partir da criação da NYCS, muitos outros artistas se envolveram e criaram seus próprios projetos, de maneira que a rede de artistas postais se ampliou de maneira rizomática, configurando-se como uma grande rede constituída por várias sub-redes (rizomas³) (Deleuze & Guatarri, 1997, p. 25), conectadas por múltiplos pontos (artistas postais) sem a existência de um núcleo central.

Essa forma de funcionamento da rede de arte postal encontra no conceito de *Eternal Network*, criado em 1963 pelo artista *Fluxus* Robert Filliou (1926-1987), o elemento inspirador da sua continuidade. De maneira

³ “[...] o rizoma conecta um ponto com outro ponto qualquer [...]. Não é feito de unidade, mas de dimensões, ou melhor de direções em constante mutação. Não tem começo nem fim, tem sempre um meio pelo qual cresce e se transborda [...]”.

que nessa rede qualquer um pode, com a maior liberdade, entrar ou sair a qualquer momento, sendo este fluxo contínuo seu movimento vital. A rede não é formada, portanto, por um circuito único, mas sim por inúmeros circuitos que se entrecruzam e se interrelacionam.

Apesar de a arte postal não se resumir aos cartões-postais – uma vez que são múltiplas e diversas as proposições que circulam na rede como os selos, carimbos e envelopes de artistas, colagens, projetos, objetos, *zines*, etc. – a sua presença é bastante frequente nos envios que circulam pela rede.

O chamado cartão-postal de artista – também denominado *post-cards*, por Vittore Baroni (2005, p. 41), ou *mail-artcards*, conforme Guy Bleus (2005, p. 93) – apesar da sua larga utilização pelos artistas postais, não concentrou à sua volta nenhum grupo específico de artistas como ocorreu com os selos ou carimbos de artista. De acordo com Baroni, nunca se publicou nenhum tipo de manifesto dos cartões-postais de artista, do mesmo modo que são praticamente inexistentes as publicações dedicadas exclusivamente a este meio no âmbito da arte postal. Para este autor, é provável que isto ocorra porque o cartão-postal não permite de forma direta, ao contrário do selo ou do carimbo, a apropriação e a paródia dos símbolos burocráticos do sistema postal. Além disso, o autor também destaca que o cartão-postal “reproduz” em miniatura, seja em retrato ou paisagem, o formato tradicional da pintura, forma/conceito da qual os artistas postais normalmente desejam se afastar. Entretanto, Michael Lumb (1997, p. 36) defende que o cartão-postal é a arte postal por excelência, devido ao seu conteúdo aberto, o que possibilita a interação/leitura por várias pessoas, relacionadas direta ou indiretamente com o sistema postal, até chegar no recetor.

Em relação ao formato, os artistas postais muitas vezes apropriam-se do cartão-postal na tentativa de redefinir os seus limites e regras, como por exemplo quando utilizam elementos tridimensionais (objetos), enviando-os descobertos, como a sola de sapato enviada com selo e carimbo (Figura 10); ou quando rompem com o tamanho padrão criando micro ou macro cartões; ou ainda quando criam cartões-postais em formatos especiais, com partes removíveis, elementos em relevo ou produzidas em materiais diversos como madeira, borracha, alumínio, plástico, lixa, etc. (Figuras 11 e 12). Também existem vários artistas postais que utilizam o formato padrão do cartão-postal criando peças únicas ou séries limitadas nas quais recorrem às mais variadas técnicas como a colagem, fotocópia, fotografia, etc.



Figura 10: George in Georgia, More leather – the walkin'kind, n.d., sola de couro



Figura 11: Cabaret Voltaire, sem título, n.d., bolacha plastificada



Figura 12: Paulo Bruscky, "Arte", 1975, grafismo sobre lixa

Segundo Bleus, o importante nos *mail-artcards* não é a forma, as medidas nem o tema, mas sim a intenção e a expectativa do artista (Bleus, 2005, p. 93). No entanto, este autor classifica os temas mais recorrentes na rede de arte postal como os de autopromoção ou autopublicidade e os de mensagens antimilitaristas, ecológicas e de crítica sociopolítica – como os envios criados pelo artista uruguaio Clemente Padín (1939) ou Paulo Bruscky (1949), que denunciavam a ditadura que assolava seus países na década de 70 (Figuras 13 e 14).

É interessante destacar o papel ideológico que a arte postal teve no contexto das ditaduras latino-americanas, servindo para os artistas como um meio subversivo de contestação e denúncia do sistema opressor em que se encontravam, de maneira que muitas vezes conseguiam burlar a censura para fazer chegar a sua mensagem aos mais diversos destinos.

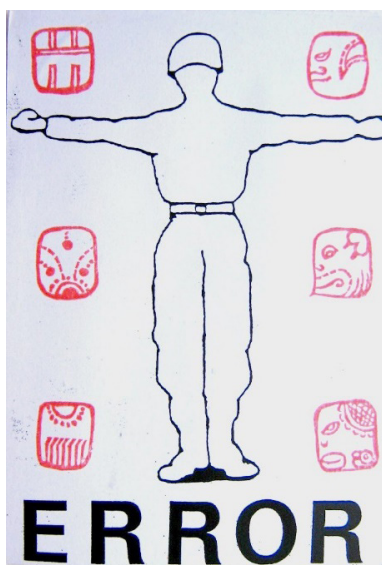


Figura 13: Clemente Padín, "Error", s.d.

Outros usos interessantes de cartões-postais na arte postal são os "postais conceptuais", nos quais se coloca em evidência a própria rede de arte postal ou as convenções burocráticas do sistema postal. Um bom exemplo nesse sentido é "The Postman's Choice" (Figura 15), de Ben Vautier (1965). Nessa proposta, o artista, ao enviar um cartão-postal com as duas faces iguais, mas com endereços diferentes, deixa para o carteiro a escolha do destinatário, fazendo-o participar ativamente.

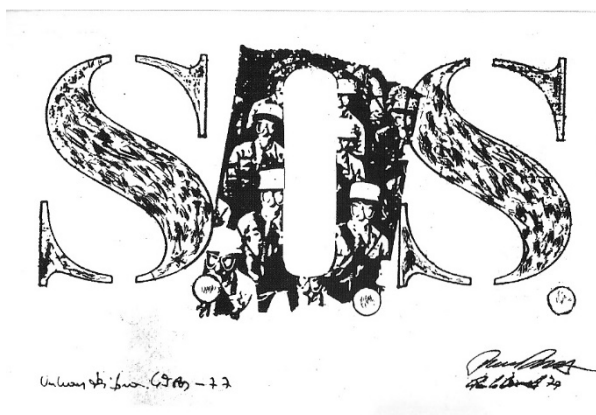


Figura 14: Paulo Bruscky, “S.O.S.”, 1977



Figura 15: Ben Vautier, “The postman’s choice”, 1965

POSTA RESTANTE

Através deste breve recorrido histórico do uso do cartão-postal pelos artistas do século XX, foi possível visualizar como este objeto, apesar da singela aparência que possui, serviu, e continua a servir, inúmeras propostas artísticas que lhe dão novos significados, que ultrapassam o exclusivo sentido epistolar para o qual inicialmente foi criado.

As propostas artísticas mencionadas não só evidenciam o cartão-postal, no seu formato clássico ou no rompimento deste, como um suporte

propício a diferentes experimentações estéticas, mas acima de tudo como um conceito, no qual o objetivo final é a interação entre emissor (artista) e recetor (público), através da circulação alternativa da produção artística em que a galeria passa a ser a caixa postal.

Os criativos e instigantes usos do cartão-postal pelos diferentes artistas – que tanto podem servir como denúncia de injustiças, evidência de questões conceptuais, jogo com a burocracia dos sistemas que nos rodeiam, ou mesmo uma simples exposição de arte ou autopromoção – rompem com o elitismo, que normalmente rodeia a arte e que a encerra nos museus e galerias, dando-lhe um novo significado, tornando-a como algo quotidiano, doméstico, factível e, portanto, ao alcance de qualquer um.

Nesse sentido, o cartão-postal, como suporte e/ou conceito artístico, extrapola o seu uso convencional de recordação e memória, associado às viagens turísticas, ou de demonstração de afeto, relacionado às datas comemorativas, para passar a ser comunicação e expressão criativa de desejos, sentimentos, ideologias, ideias e conceitos⁴.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Ades, D. (1991). *Dadá e Surrealismo*. In N. Stangos (Ed.), *Conceitos da arte moderna*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar.
- Argan, G. C. (1998). *Arte Moderna*. São Paulo: Companhia das Letras.
- Baroni, V. (2005). *Postcards: Cartoline d'artista*. Roma: Coniglio Editore.
- Bernard, H. (2005). Au coeur de la communication. *Correspondance & art postal*, 5, 16.
- Bleus, G. (2005). Mail-artcards for Netland. In V. Baroni (Ed.), *Postcards: Cartoline d'artista*. Roma: Coniglio Editore.
- Bradley, F. (1999). *Surrealismo*. São Paulo: Cosac & Naify.

⁴ Sobre todos estes aspetos, consulte-se o alargado estudo sobre postais ilustrados, desenvolvido no âmbito do projeto de investigação “Postais Ilustrados. Para uma sócio-semiótica da imagem e do imaginário”, levado a cabo por uma equipa da Universidade do Minho, coordenada por Moisés de Lemos Martins (retirado de <http://postaisilustrados.blogspot.pt/>). Entre as muitas publicações realizadas pela equipa deste projeto, gostaríamos de assinalar o estudo de Martins, Pires & Oliveira (2008). Gostaríamos de assinalar, também, os livros Martins & Correia (Eds.) (2014), *Do Post ao Postal*; e Martins & Oliveira (Eds.) (2011), *Portugal Ilustrado em Postais – Viana do Castelo, Braga, Bragança, Viseu e Portalegre*.

- Camnitzer, L., Farver, J. & Weiss, R. (1999). Global Conceptualism: Points of Origin, 1950-1980. In AA.VV, *Global Conceptualism: Points of Origin, 1950-1980*. Nova Iorque: The Queens Museum of Art.
- Corredor-Matheos, J. & Miracle, D. G. (1979). *A pintura no século XX*. Rio de Janeiro: Salvat.
- Deleuze, G. & Guattari, F. (1997). *Mil mesetas: capitalismo y esquizofrenia*. Valência: Pré-textos.
- Freire, C. (2006). *Arte Conceitual*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar.
- Lumb, M. (1997). *Mailart 1955 to 1995: Democratic Art as Social Sculpture*. Tesina, Master of Philosophy, University of East Anglia, Norwich, Inglaterra.
- Martins, M. L. & Correia, M. L. (Eds.) (2014). *Do Post ao Postal*. Famalicão: Húmus. Retirado de <http://hdl.handle.net/1822/35295>
- Martins, M. L. & Oliveira, M. (Eds.) (2011). *Portugal Ilustrado em Postais – Viana do Castelo, Braga, Bragança, Viseu e Portalegre*. Braga: CECS. Retirado de <http://hdl.handle.net/1822/36492>
- Martins, M. L., Pires, H. & Oliveira, M. (2008). Dos postais ilustrados aos posts nos weblogues: para uma sócio-semiótica da imagem e do imaginário. In M. L. Martins & M. Pinto (Eds.), *Comunicação e Cidadania. Actas do 5º Congresso da SOPCOM* (pp. 2959-2969). Braga: CECS. Retirado de <http://hdl.handle.net/1822/9611>
- Wood, P. (2002). *Arte Conceitual*. São Paulo: Cosac & Naify.

REFERÊNCIAS ELETRÔNICAS

- Blogue do Projeto “Postais Ilustrados. Para uma sócio-semiótica da imagem e do imaginário”. Retirado de <http://postaisilustrados.blogspot.pt/>
- Postal a Postal, repositório de postais ilustrados, por região abrangida pelo Projeto “Postais Ilustrados. Para uma sócio-semiótica da imagem e do imaginário” (Braga, Viana do Castelo, Viseu, Bragança e Portalegre). Retirado de <http://www.postaisilustrados.uminho.pt/>

Citação:

Pianowski, F. (2017). Arte pelo correio: a presença do cartão-postal nas práticas artísticas do século XX. In M. L. Martins (Ed.), *Os postais ilustrados na vida da comunidade* (pp. 113-129). Braga: CECS.

MARLENE PEREIRA

marlene.pereira9@gmail.com

UNIVERSIDADE DO MINHO

A ARTE POSTAL – DA ICONOGRAFIA DE MASSAS A UMA ESTRATÉGIA DE VANGUARDA

“Como divulgador da Arte é que o postal ilustrado se apresenta mais vigoroso, mais proeminente d’entre todos os seus congéneres, fazendo sobressair d’uma forma admirável todas as maravilhas da Arte nos seus mais reconditos segredos. (...) O bilhete postal ilustrado constitue um como imenso kaleidoscopo que lhe fará passar diante da vista deslumbrada tudo que há de mais bello no universo”
Armando Ribeiro, in *O Postal* (1905)

Meio hoje marginal, no quadro dos grandes meios de comunicação de massas, o postal ilustrado é uma forma tão original quanto legítima de narrar a história da arte moderna e contemporânea. Se, como afirma Willoughby, “o postal reflete a sociedade em que teve a sua origem” (1993, p. 88), e nesse mesmo sentido afirma também Eliot que “o produto de uma civilização é um emissário da sua cultura” (Eliot citado em Rogan, 2005, p. 3), poderíamos nós, com alguma propriedade, dizer que o postal foi, como é, um ilustre emissário das artes e cultura¹.

Nascido sob o signo da reprodutibilidade técnica, o postal ilustrado desde a origem deu corpo às técnicas então emergentes, transformando-se, ele mesmo, na evidência do fenómeno de reprodução massiva, que a modernidade testemunhou e que havia de concluir pela reformulação do conceito de unicidade, quando aplicado às artes². De facto, se “unicidade”

¹ Em 2009, apresentei na Universidade do Minho, como dissertação de mestrado em Ciências da Comunicação, um estudo alargado, intitulado *Cultura à vista: O Postal Ilustrado como estratégia de promoção das Artes e da Cultura* (Pereira, 2009).

² “As representações do humano nas tecnologias da informação jogam com alguns efeitos

era, até então, um conceito indissociável do conceito de “arte”, a apropriação das expressões artísticas pelas modernas técnicas de reprodução – de que as ilustrações do postal são uma viva ilustração – revolucionou irreversivelmente o estatuto da coisa artística, transferindo-a para a esfera de conceitos antagônicos, histórica e culturalmente, como os de “massificação” e “popularização”.

Paul Valéry vai mais longe ainda, trazendo à discussão a ideia de “ubiquidade”. A respeito do caráter doravante ubíquo das obras de arte, dizia este poeta e pensador francês, nos anos 20:

a sua presença imediata ou a sua restituição a uma dada época obedecerão ao nosso apelo. Já não estarão somente nelas próprias, mas onde quer que alguém e um qualquer aparelho estejam. Não serão já senão espécies de fontes ou origens, e os seus benefícios (re)encontrar-se-ão por inteiro onde se quiser. Tal como a água, tal como o gás, tal como a corrente eléctrica vêm de longe até aos nossos lares responder às nossas necessidades mediante um esforço quase nulo, assim seremos alimentados por imagens visuais ou auditivas, nascendo e esvaindo-se ao menor gesto, como que a um sinal. (Valéry citado em Oliveira, 2007, p. 36)

Desta dialética entre o singular e o reproduzido, entre o exclusivo e o múltiplo, resulta o esbatimento da fronteira secularmente instituída entre a arte canónica e as formas de arte e cultura popular.

Refletindo sobre o mesmo fenómeno, que tomava ainda as primeiras formas, concluía Walter Benjamin, na década de 1930, que “o que murcha na era da reprodutibilidade da obra de arte é a sua aura” (1939/1992, p. 79). Assumindo que a reprodutibilidade resulta na perda de autenticidade ou, por outra, na caducidade do valor sacro ou transcendental do objeto artístico, Benjamin não descarta, todavia, o potencial criativo do processo de dessacralização desencadeado pela técnica:

poderia caracterizar-se a técnica de reprodução dizendo que liberta o objecto reproduzido do domínio da tradição. Ao multiplicar o reproduzido, coloca no lugar de ocorrência única a ocorrência em massa. Na medida em que

diagnosticados pela análise crítica da modernidade. Estamos a pensar, por um lado, na transformação radical da nossa relação com a natureza e nas alterações profundas no aparelho de percepção, onde se misturam as águas de fenómenos simulacrais, queremos dizer, a alienação e a expropriação da socialidade, a imobilidade e a desterritorialização, a perda de consciência histórica e a dissolução da memória colectiva. E pensamos, igualmente, por outro lado, nos fenómenos opostos de naturalização da cultura, intensificação dos laços sociais, localismo, tribalismo e hedonismo” (Martins, 2007, p. 6).

permite à reprodução ir ao encontro de quem a apreende, actualiza o reproduzido em cada uma das suas situações. (Benjamin, 1939/1992, p. 79)

É que, ao libertar-se da sua ‘aura’, a arte amplia indefinidamente o seu universo de possibilidades criativas. Porque a reprodução goza de uma certa autonomia em relação ao original, ela “pode colocar o original em situações que nem o original consegue atingir” (Benjamin, 1939/1992, p. 78), pelo que a reprodutibilidade conquista “o seu próprio lugar entre os procedimentos artísticos” (Benjamin, 1939/1992, p. 77) e a reprodução converte-se em “objecto de arte por direito próprio” (Matos, 2004).

Ao mesmo tempo que instituíra um novo conceito e uma nova tipologia de arte, a clonagem tecnologizada do objeto artístico inaugurava também as condições de democratização estética. Ao emprestar a sua popularidade e ampla circulação à arte – numa lógica em que causa e efeito são indiferenciáveis, sendo tão verdade que se tornou apetecível à arte por ser popular, como é verdade que granjeou de grande circulação por servir a ilustração artística – o postal converteu-se num dos principais agentes deste processo de democratização cultural, permitindo que as criações artísticas pudessem ser contempladas fora dos circuitos restritos a que estavam tradicionalmente confinadas. Note-se que as artes ditas ‘superiores’ estavam, até então, irremediavelmente circunscritas aos circuitos ‘cultivados’, que o índice de iliteracia era, à data, muito elevado e que, *ipso facto*, o grosso da população estava fatalmente apartado do saber dos livros e dos jornais. Nesse contexto, a ilustração do postal revelou-se “uma linguagem que se adaptou perfeitamente à época” (Matos, 2004, p. 2). E nesse sentido, o próprio postal converteu-se em “metáfora da problemática que suscita, a saber, a passagem dos objectos culturais do regime de ‘ocorrência única’ ao regime de ‘ocorrência em massa’” (Correia, 2008, p. 1).

E é esta a história inscrita na face ilustrada do postal, desde as suas formas primeiras, ainda em jeito de “arte-de-imitação-da-arte”, até às formas contemporâneas, já desprendidas do estigma da imitação, vanguardistas, conscientes da sua identidade, convictas e até, em certa medida, desafiadoras.

Nas primeiras incursões no domínio das artes, as ilustrações do postal mantinham ainda grande afinidade com a temática paisagista, muito do agrado dos álbuns da época. As faces dos postais exibiam, nessas primeiras reproduções, as obras dos grandes mestres aguarelistas, como se fosse a sua missão perpetuar os padrões da arte institucionalizada. Mas a apropriação dos postais pelas criações contemporâneas, muitas ainda

arredadas do estatuto de “arte”, não se fez esperar. É que, como observa Oliveira de Matos (2004, p. 2), “os artistas não poderiam ter ignorado o pequeno cartão que permitia uma livre circulação da sua arte, da mesma forma que o postal não poderia ter ignorado a beleza e o encanto que o artista lhe poderia proporcionar”.

A palavra de ordem estava dada. Profissionais e amadores, nomes firmados e talentos emergentes, despertaram então para as potencialidades do postal como mostruário da sua obra. A projeção então proporcionada pelos pequenos retângulos de cartão ilustrado apenas é comparável à projeção, hoje proporcionada pelas redes sociais virtuais. E assim, todos os movimentos, correntes e tendências, os então vigentes, os emergentes e os ainda por vir, os mais institucionalizados e os mais marginais, se atravessam nesses retângulos de cartão ilustrado, aí deixando evidência, rasto ou memória – desde o naturalismo ao surrealismo, do dadaísmo ao zazaísmo, da *art nouveau* e *art deco* até às fórmulas criativas da publicidade e do *design* contemporâneo.

Compondo um mosaico panorâmico da evolução do pensamento estético, desde finais do século XIX até aos nossos dias, não surpreende que o postal seja hoje um objeto fetiche das indústrias culturais e criativas, dando corpo ao ideário, sempre em construção, dos criativos contemporâneos, e sendo recorrentemente resgatado dos arquivos para as galerias de arte. A cronologia do postal ilustrado é, afinal, uma outra narrativa – uma narrativa visual, em retângulos – da história da arte moderna e contemporânea, como se cada exemplar de cada série fosse o fotograma das imagens em movimento e dos movimentos de imagens do último século.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Benjamin, W. (1939/1992). A obra de arte na era da sua reprodutibilidade técnica. In *Sobre a Arte, Técnica, Linguagem e Política* (pp. 75-113). Lisboa: Antropos.
- Correia, M. L. (2008). O postal ilustrado da frente ao verso: imagens mais que reprodutíveis. *Revista Logos – Tecnologias e Socialidades*, 29(16), 117-126.
- Martins, M. L. (2007). Nota introdutória. A época e as suas ideias. *Comunicação e Sociedade*, 12, 5-7. Retirado de <http://hdl.handle.net/1822/24115>
- Matos, P. O. (2004). O Bilhete Postal e a Arte. *A Arte do Ofício*, 6, 1-2.

- Pereira, M. (2009). *Cultura à vista: O Postal Ilustrado como estratégia de promoção das Artes e da Cultura*. Tese de Mestrado em Ciências da Comunicação, Universidade do Minho, Braga, Portugal. Retirado de <http://hdl.handle.net/1822/41013>
- Ribeiro, A. (1905). O bilhete postal ilustrado no mundo literário, artístico e científico. *O Postal – Revista Mensal dos Colecionadores Portugueses de Bilhetes Postaes Ilustrados*, 3(1), 19-20.
- Rogan, B. (2005). An entangled object: the picture postcard as souvenir and collectible, exchange and ritual communication. *Cultural Analysis*, 4, 1-27.
- Oliveira, M. (2007). *Metajornalismo ou quando o jornalismo é sujeito do próprio discurso*. Tese de doutoramento em Ciências da Comunicação, Universidade do Minho, Braga, Portugal.
- Willoughby, M. (1993). *História do Bilhete Postal*. Lisboa: Editorial Caminho.

Citação:

Pereira, M. (2017). A arte postal – da iconografia de massas a uma estratégia de vanguarda. In M. L. Martins (Ed.), *Os postais ilustrados na vida da comunidade* (pp. 131-135). Braga: CECS.

MIGUEL SOPAS DE MELO BANDEIRA

sopasbandeira@gmail.com

CENTRO DE ESTUDOS DE COMUNICAÇÃO E SOCIEDADE
(CECS), UNIVERSIDADE DO MINHO

DA FISILOGIA DO POSTAL ILUSTRADO

“Se observarmos com muita atenção uma coisa, acabaremos por encontrar o seu próprio método de conhecimento, o que implica ao mesmo tempo, a descoberta de novos órgãos em nós”

Maria Filomena Molder (2011)

O postal ilustrado está a chegar ao fim do seu tempo?! Ou tão-somente adquiriu o estatuto de “coisa” de uma época, que sendo ainda a nossa, coexiste, em contínuo esmorecimento, com a sua própria metamorfose que o levará inexoravelmente a ser uma outra “coisa”, diferente? Isto é, apenas uma subsistência literal de algo que toma novas qualidades, quiçá, até, semanticamente irreconhecíveis?¹

Uma e outra coisa fazem sentido, porque se é verdade que o seu fim útil, o mesmo que o delimitou como artefacto de correspondência, substância de *correio*, releva mais a evidência da sua própria obsolescência, também é certo que a natureza potencial da sua conceção, mais do que a reprodutibilidade infinita que lhe continua a ser inerente, poder-se-á encontrar sempre que indagarmos a portabilidade de uma imagem. Mas, uma imagem que é sempre suscetível de ser apropriada (privatizada), seja por relação a uma mensagem, ou somente como documento (memória ou série). E, porém, o postal ilustrado continua existindo.

Para nós, mais importante agora do que saber do antes e do depois do postal ilustrado, que os há, indiscutivelmente, importa-nos mais abordá-lo pela sua resiliência, pelo modo como a sua expressão convencional, apesar das vulnerabilidades que exhibe, particularmente, face aos novos

¹ Sobre a atualidade e a longevidade do postal ilustrado (caducidade, ou então, persistência e metamorfose), consultar a obra editada por Martins e Correia (2014), *Do Post ao Postal*.

meios de comunicação, responde, absorve as mudanças, e se restabelece defronte aos efeitos que perturbam a sua exclusividade. Como é que este recupera a sua verdade? Como preenche a constatação que hoje persiste em continuar a fazer de si uma “coisa” universal?

Qual será então o mistério do seu inegável sucesso e longevidade? A justa proporção dos elementos que se articulam como um todo e que o permitem subsistir reproduzindo-o e fazendo-o reconhecido em qualquer lugar?

Desde logo porque se trata de um objeto, um artefacto, já o dissemos, que conserva o dom de nos despertar para alguns dos nossos mais elementares sentidos. Porém, a surpresa com que nos deparamos, é a de que, para lá de todo o regalo da vista, ou, mesmo, do despertar das emoções textuais, serve, sobretudo, para ser manuseado, usado pelas mãos. Isto é, para estimular o sentido tátil do contacto. Até à exaustão. Nestes termos diríamos que o postal ilustrado é dotado mais de forma do que de conteúdo, nem que seja porque este último, sendo imagem ou texto, antes de tudo se reduz às contingências físicas daquela. O postal ilustrado, pelas suas constantes e uniformidades morfológicas, gera então uma familiaridade intensa, uma sensação óbvia de proximidade, uma extensão de nós próprios. Como afirma Benjamim (1992) “cada novo objecto, bem contemplado, faz nascer um novo órgão dentro de nós”. Que o digam os colecionadores de postais ilustrados quando submergem ao instinto dionisíaco da coleção, fazendo das suas séries verdadeiros fetiches, inequívocas partes de si mesmos, tornando-se mais ciosos do manuseamento privado das suas *reliquias*, dir-se-ia, do que jubilosos com a ostentação da exposição pública.

FORMA E FUNÇÃO

Pela nossa parte, que jamais fomos colecionadores, senão pela expressão dos ímpetos que são próprios de uma determinada idade, recorrendo ao expediente doméstico dos postais ilustrados que temos à mão, *grosso modo*, as aquisições acidentais que vimos acumulando ao longo dos anos (viagens, minisséries, eventos, boas-festas, aniversários, museus/exposições, etc.), e que nos acompanham no baú das mudanças de casa, sendo já mais de milhar e meio, permitem-nos estabelecer uma série de amostragem, dignamente representativa deste objeto, para tentar estabelecer algumas regularidades.

Comecem-se, pois, por retirar as preponderantes físicas. Desde logo é possível detetar uma tipologia de formato retangular, embora variável nos

valores, genericamente compreendida entre as dimensões dos 19x13cm e dos 14x9cm, abaixo dos quais estes podem já ser considerados como “cartões” (de boas-festas, de “visita”, publicidade, *santinhos*, calendários, etc.), e acima destes, de um modo mais vago, classificados como sendo pequenas gravuras ou cartazes. Deve, contudo, notar-se, quanto aos últimos, uma predisposição clara para a afixação, contrária à natureza dos formatos anteriores, todos eles adequáveis à expedição postal, ou, simplesmente, por serem manuseáveis de um só golpe de mão. De facto, sem grandes cálculos, verificamos que o formato dominante é o 15x10,5cm, o mesmo, diríamos, cuja razão proporcional lhe confere o estatuto de um cânone. Admitamo-lo, mais ou menos decalcável das formatações fotográficas, mais ou menos espontâneo, porque, mesmo que formalmente convencional, não é, e nunca foi, de modo algum, determinante. Ou seja, embora este modelo prevaleça em absoluto, não relega os demais formatos para o estatuto das espécies desviantes, que, todavia, caem dentro dos limites postais regulamentares.

A presente constatação, no entanto, revela-nos um certo paradoxo da ilustração postal, por esta não relevar tanto, como seria de supor, o privilégio sensorial da visão, mas antes – esta é a nossa hipótese de trabalho – o sentido tátil do objeto.

Ainda que a generalidade dos postais ilustrados possa tender à ampliação, sem mais, da secção dos negativos fotográficos de 35mm, a mais difundida da segunda metade do século XX, a razão estabelecida entre os lados do retângulo que configuram as tipologias postais, afasta-se efetivamente do cânone estabelecido pela denominada *proporção áurea*², o arquétipo clássico definido pelos antigos gregos e confirmado por diversos testes comportamentais contemporâneos, como o mais afeiçoado ao desfrute da vista humana. Isto é, o *retângulo de ouro*.

Aquele que naturalmente desperta no observador reações de acentuação estética, indutoras de estímulos de proporção, equilíbrio, harmonia, recorrentemente utilizados na arquitetura (ex. Parthenon, UN/NY de Le Corbusier), nas artes plásticas (ex. Velasquez, Mondrian), na publicidade (ex. embalagens de tabaco e cereais) e ainda, em objetos tão comuns, como, livros, cartões, cartazes, etc. A *secção de ouro* é demonstrável por princípios matemáticos, como *séries infinitas*, *decágono regular*, *sólidos platónicos*, *espirais equiangulares e logarítmicas*, *limites*, *triângulo de ouro e pentágono*, sendo igualmente visível em muitas das expressões da natureza.

² $\phi = 1 + \sqrt{5} / 2 \approx 1,61803398875...$

Logo à partida, descortina-se nas proporções do corpo humano, como o demonstrou eloquentemente Leonardo da Vinci em *De Divina Proportione*, nos seus famosos apontamentos insertos no tratado de Luca Pacioli (c. 1497), ao relacionar o equilíbrio dos elementos anatómicos, desde a simples orelha, à relação estabelecida entre a distância que vai da cabeça à cintura com a que se estende desta aos pés. Mas também a mesma *secção áurea*, tão grata à vista humana, é detetável no mais diverso ambiente natural como, conchas, ovos, flores, etc.

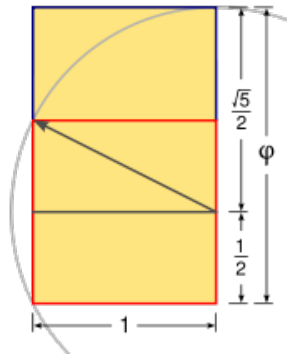


Figura 1

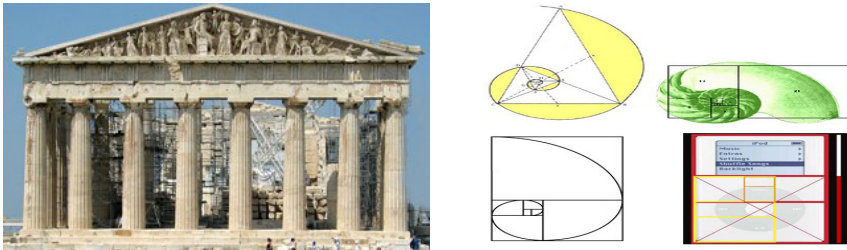


Figura 2

Na verdade, centrando-nos particularmente na análise da face ilustrada da nossa série postal, constatamos que a imagem, sendo naturalmente concebida para privilegiar o sentido da visão, se encontra persistentemente (des)formatada daquilo que chamaríamos um enquadramento *retangular áureo*. Ao contrário, o prevalectimento da componente dimensional, praticamente constante, sobre o efeito da razão de um modelo visual canónico,

sugere-nos a subsistência precedente do primado da forma sobre a função eficiente da ilustração. Em nossa opinião os postais ilustrados adequam-se mais particularmente à antropometria da mão humana. Isto é, admitimos que um polegar aberto ortogonalmente relativamente ao dedo anelar determinam o tipo de comprimento x largura padrão do postal ilustrado.

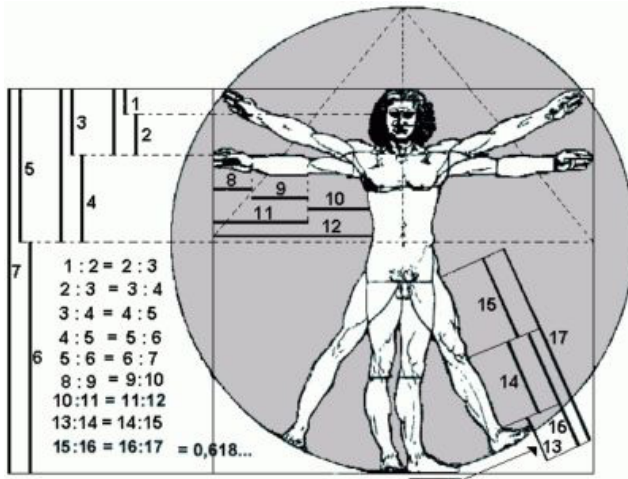


Figura 4

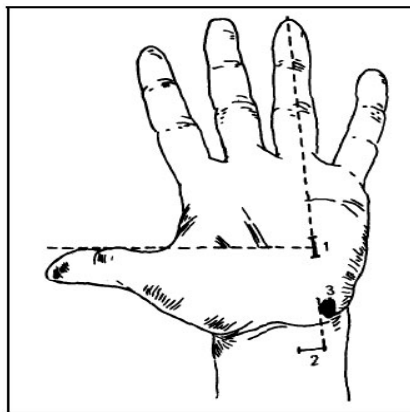


Fig. 1 - Esquema dos portais de acesso: 1) o portal distal é realizado no longo eixo do dedo anelar na interseção de uma linha imaginária que passa pela borda ulnar do polegar; 2) o portal proximal é realizado 1cm proximalmente à prega do punho e 1cm radialmente a uma linha imaginária que passa na borda radial do pisiforme; 3) pisiforme.

Figura 5

De algum modo somos levados a identificar um formato de dimensão manuseável, revertido em função desse biomecanismo. Aliás, essa parece ser, de facto, a receita de uma das certezas mais bem-sucedidas da continuidade do bilhete-postal, independentemente do motivo da ilustração adquirida, do suporte da sua conceção, mesmo, e até, do tipo de enquadramento de vistas que outros meios mais sofisticados e acessíveis nos permitem continuar a desfrutar.



Figura 6

Pela outra face, através da escala da mão percebe-se igualmente que o espaço que ele oferece, está adossado à novidade manuscrita com que se impôs, sobretudo, no que toca à sua manipulação expedita e reconhecimento universal do artefacto. Também a “mancha” necessária para escrever uma mensagem caligráfica, desde logo promissora e moderna, por ser curta, pública, de apreensão rápida, tolerantemente divulgável, aceiteavelmente normalizada e, sobretudo, suscetível de poder percorrer um longo curso, contribuiu como um ingrediente insubestimável da massificante popularidade do objeto.

É verdade também que o surgimento praticamente coincidente do postal ilustrado e da fotografia – pelo menos, dir-se-ia, da mútua socialização e reprodutibilidade destes espécimes até ao infinito – durante o mesmo período, dos finais do século XIX e o virar do mesmo, permitem detetar uma coincidência convergente de formatos e dimensões entre o postal ilustrado e, por exemplo, estamos-nos a recordar, dos célebres daguerrótipos do pioneirismo fotográfico, de escala 1:1. Resta averiguar, pela nossa parte, se a fotografia enfermou de condicionantes estéticas semelhantes.

Tudo contribui assim, definitivamente, para uma finalidade do postal ilustrado para ser simultaneamente portátil, mas, também, arrecadável.

A manuseabilidade do postal ilustrado decorre também do seu potencial de infinitude e garantia de durabilidade do material simples em que é tradicionalmente constituído. Desde cedo se percebeu, na sua relação íntima com o suporte cartonado que o universalizou, que este foi concebido para promover a acumulação de séries, mais ou menos obsessivas ou informais. O postal ilustrado adequou-se ao imaginário de acondicionamento, não só do colecionador armazenista, como do resguardo memorialístico da intimidade privada. Mais do que para ser integrado num álbum, foi antes assumido para poder ser “dedilhado” num processo rápido de tomada de vistas, dir-se-ia, mais de vistoriamento impressivo, ao ritmo de *flashes*, provido até de efeito sonoro, sublinhe-se, do que propriamente destinado a sugerir um visionamento prolongadamente contemplativo, como por contraponto, já muito antes, o havia sido consagrado com a pintura. Uma vez mais o sucesso do formato/dimensão do postal ilustrado integra-se no critério antropométrico da mão humana. Arriscaríamos mesmo dizer, ao *touché* burguês do sentido privado de posse, do manipular, transportar, depositar, embalar (subscrito), feito antes de mais pelas mãos, a extensão do corpo humano que melhor está adaptada ao elementar ato do pôr e do tirar... Comparemos, pois, com o diametralmente oposto, da natureza da imagem pictórica, concetualmente inamovível, idealizada para ser apreciada em comum e observada à distância, aureolada por uma moldura, enfim, que apenas se vê com o sentido do olhar, e que, sobretudo, não se toca, por ser o produto material de apenas uma mão e de um só espírito, por estar ungida pelo ato sagrado, sem intermediários, do criador e da sua obra. Isto é, singular e dramaticamente irrepetível.

O significado de único para o postal ilustrado, em si mesmo, é possível, todavia, ocorrer, mas somente quando este pode resultar de um equívoco editorial, quanto muito de um acidente de impressão. Já que o modo exclusivo que tem para se resgatar da banalidade é quando adquire temporalidade; um selo, um carimbo de correio, uma data; ou, muito mais, um texto manuscrito que lhe dá conteúdo e até pode dar *alma*. Ou quando, ainda, por omissão material, é motivo expectante de desejo, por desfaltar uma coleção. Mas só, e somente, nestas circunstâncias, porque, com efeito, um postal ilustrado é, em si mesmo, objetivamente neutro, não tem conteúdo até que seja escrito, expedido ou associado. As imagens que nos veicula nunca são um fim em si mesmo, na verdade não passam de uma marca de água, convite, todavia, para a inscrição de uma potencial mensagem,

para a posse de um emissor e/ou recetor, para a finalidade ainda de um colecionador, que o pode dotar de emoção. Os postais ilustrados são, sobretudo, físicos, exemplos resistentes do esforço último de materialização da imagem. Uma impressão nostálgica, embora virtual, de que é possível pegar e guardar um trecho de tempo e de espaço. De conservar um cadinho de vida.

DAR CORPO AO CORPO

Ou será, somente, que o aparente paroxismo da subsistência do típico postal ilustrado, quando não, editorialmente pujante, deve menos à sua fisiografia humana do que à reatividade face ao mundo atual e contemporâneo de que nos fala Moisés de Lemos Martins (2011, p. 45), da “fusão progressiva da *technê* e da *bios* e a imersão da técnica na história e nos corpos, a experiência contemporânea fantasma cada vez mais a clonagem, os replicantes e os *cyborgs*, a hibridez, o pós-orgânico e o trans-humano”? Será que o postal ilustrado é sobretudo ainda hoje apreciado por ser um resíduo testemunhal da relação romântica e não promíscua da técnica com a natureza? Uma trincheira de afetos?

Será, também, neste processo de tendencial hibridização, como aponta o mesmo autor (Martins, 2011, p. 116), “na crise da palavra como *logos* humano, bem patente na sua manifesta incapacidade para controlar a técnica, [é] a própria figura do homem que entra em crise”? Seremos então, nós próprios, também, enquanto seres antropogénicos, apenas passageiros do fim da viagem do nosso próprio tempo, perdidos numa tendencial desmaterialização do corpo e numa digitalização do espírito? Face ao qual o postal ilustrado não é mais do que um singelo reativo nostálgico que exprime a melancolia coletiva. Ironicamente, o postal é um produto da Modernidade, de conceção industrial, dir-se-ia, ainda, oferecendo-se como um contentor pós-moderno de acondicionamento de memórias e de afetos, que se guardam ou se libertam, possivelmente capaz de promover uma arqueologia dos sentidos. Uma “coisa” é certa, este ainda continua a pegar-se com a mão. Mais para justificar a própria utilidade desta do que para evidenciar a sua instrumentalidade intrínseca, que se esvai rapidamente. Isto é, não para justificar uma cosmologia solar, conjeturável pela geometria dos dedos³, feita, sobretudo, para a divulgação de imagens, mas antes,

³ Medindo os dedos, ele inteiro dividido pela dobra central até à ponta ou da dobra central até à ponta dividido pela segunda dobra; o resultado é 1,618. In *História do número de ouro*. Retirado de <http://sites.google.com/site/susymcmarques/hist%C3%B3riadophi>

para refletir a subtileza da dimensão lunar da mão, por lhe transmitir a textura, dando-lhe a sensoriar a polidez e a rugosidade da superfície. Dando corpo ao corpo.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Benjamin, W. (1992). *Sobre arte, técnica, linguagem e política*. Lisboa: Relógio d'Água.
- Martins, M. L. & Correia, M. L. (Eds.) (2014). *Do Post ao Postal*. Famalicão: Húmus. Retirado de <http://hdl.handle.net/1822/35295>
- Martins, M. L. (2011). *Crise no Castelo da Cultura – Das estrelas para os Ecrãs*. Coimbra: Grácio Editor. Retirado de <http://hdl.handle.net/1822/29167>
- Molder, M. F. (2011). *O químico e o alquimista – Benjamim, Leitor de Baudelaire*. Lisboa: Relógio d'Água.

Citação:

Bandeira, M. S. de M. (2017). Da fisiologia do postal ilustrado. In M. L. Martins (Ed.), *Os postais ilustrados na vida da comunidade* (pp. 137-145). Braga: CECS.

3. DOS USOS DO POSTAL AO ARQUIVO

JOSÉ MANUEL MARTINS FERREIRA

josemmf@gmail.com

REPRESENTANTE DA PRÓ-ASSOCIAÇÃO DE CARTOFILIA / FACULDADE
DE ENGENHARIA DA UNIVERSIDADE DO PORTO

PORQUE GOSTAMOS DE BILHETES- POSTAIS ILUSTRADOS?

“Toda a paixão está próxima do caos, mas a de coleccionar confina com o das recordações”. (Walter Benjamin, 2004)

“Vão-se tornando funestos
Tantos bilhetes postais
A pedir – muito modestos: -
‘Um Bom dito, um Pensamento,
Um Soneto e... Nada mais?’
Irra... com tantos Postais”

Bulhão Pato, *Almanaque das Senhoras para 1906* (citado na revista *O Postal*, Junho de 1905)

INTRODUÇÃO²

A cartomania, cartofilia, ou mesmo filocartomania (como sugeria em 1905 o diretor do Portugal Cartophilic and Philatelic), começou entre nós por finais do século XIX, como um *sport* intelectual da sociedade elegante, e converteu-se rapidamente num passatempo de massas – o colecionismo de bilhetes-postais ilustrados. Este trabalho apresenta as razões subjacentes a estas coleções, desde os primeiros anos, no final do século XIX, até aos dias de hoje. Começaremos pelas razões atuais, seguindo-se-lhes as que consideramos serem razões de sempre e terminando com as que acreditamos terem motivado os primeiros colecionadores. Para cada uma, são apresentados exemplos de postais que sustentam a visão proposta.

¹ *O Postal – Revista mensal dos colecionadores portugueses de Bilhetes Postais Ilustrados*, Rua de Fernandes Tomás 40, Coimbra (junho 1905, folha espécimen, a n.os 8 e 9, fevereiro e março de 1906).

² Agradeço a António Mendes e a Arlindo Pereira, assim como aos meus amigos, Pedro Sá e Manuel Teles, a revisão cuidada do texto e as muitas sugestões que me foram dadas.

Encontram-se ao longo destas páginas algumas suposições e não poucas dúvidas, umas apresentadas explicitamente e outras deixadas à perspicácia do leitor.

As camadas mais ilustradas do nosso país começaram fazendo do bilhete postal ilustrado um novo *sport* e ei-lo que corre entre nós levando de um extremo a outro de Portugal os seus monumentos (...) que têm causado a admiração de quantos estrangeiros nos visitam (*O Postal*, junho de 1905³).

Antes de iniciarmos a apresentação das razões que propomos à consideração do leitor, é importante esclarecer o que entendemos por bilhete-postal ilustrado, no contexto deste trabalho. Infere-se do uso comum desta expressão que dedicaremos a nossa atenção aos postais ilustrados emitidos para circulação postal. Mas importa acrescentar que só nos interessarão os postais que foram produzidos por empresas, ou outras entidades privadas, até à década de 1930.

Gostamos hoje de bilhetes-postais ilustrados, por razões diferentes daquelas que deram origem à cartomania do começo do século XX. Sem dúvida, é hoje menor o número de colecionadores existentes, se o compararmos com aquele que existia há 100 anos. Por conveniência de exposição, começaremos da frente para trás, deixando para o fim as razões dos primeiros cartofilistas. A próxima secção sintetiza a visão do autor sobre a origem do colecionismo em geral e das coleções de bilhetes-postais ilustrados em particular. Passaremos, então, para a apresentação das razões atuais, a que se seguirão as razões de sempre e, para encerrar, aquelas que terão sido exclusivas dos primeiros colecionadores. Na conclusão apresentaremos algumas reflexões sobre a forma como o colecionismo de bilhetes-postais ilustrados evoluiu, desde o seu início até à atualidade. Para o leitor que esteja interessado em aprofundar alguma das questões apresentadas, incluiu-se no final um conjunto de referências bibliográficas e webliográficas.

ORIGEM DAS COLEÇÕES DE BILHETES-POSTAIS ILUSTRADOS

Tenho plena consciência – e é bom que o saibam – de que a revelação que vim fazendo do mundo mental implícito no acto de coleccionar reforçará em muitos de vós a convicção do carácter intempestivo desta paixão e a desconfiança em relação ao tipo humano do colecionador. Longe de mim querer abalar-vos nas vossas convicções e na vossa desconfiança. (Walter Benjamin, 2004)

3 *O Postal* – Revista mensal dos colecionadores portugueses de *Bilhetes Postais Ilustrados*, (junho 1905, folha espécimen, a n.os 8 e 9, fevereiro e março de 1906).

Poderá não ser surpresa para o leitor que o colecionismo seja visto com alguma reserva pelo autor deste trabalho, não tanto pela atividade em si, da qual resultam com frequência iniciativas meritórias no campo da preservação e divulgação do património cultural, mas antes pelos aspetos negativos que se lhe encontram por vezes associados (Herzinger, 1996). É conhecido que o impulso colecionista pode constituir a expressão de uma desordem obsessivo-compulsiva, se bem que uma coisa não implique a outra. Por outro lado, alguns colecionadores exibem comportamentos anti-sociais, que podem incluir egoísmo e atropelo de princípios éticos necessários à boa convivência, e que não são mais do que mecanismos necessários ao bom desempenho, num contexto de competitividade exacerbada pela escassez dos objetos a que dedicam atenção.

Em termos gerais, parece-nos claro que está subjacente a todas as coleções uma motivação comum, decorrente de necessidades inerentes à condição humana – a vontade de controlar o mundo (ou, se isso não for possível, de criar um mundo que possamos controlar), de possuímos uma quantidade de objetos de um ou mais tipos, que será tanto mais satisfatória quanto maior for o seu número, de suscitarmos admiração ou mesmo inveja pelos objetos que possuímos, etc. Tudo fatores de que ninguém, pelo menos em estado de plena sensatez, se orgulharia de incluir na sua ficha de apresentação pessoal... Um dos problemas associados à criação de coleções reside precisamente aí – na relativa ausência de sensatez que leva indivíduos, que no restante se podem considerar “normais”, a acumular uma quantidade absurda de pacotes de açúcar, caixas de fósforos, latas de refrigerante vazias, etc. Os Gato Fedorento caricaturaram esta situação num divertido *sketch* intitulado “Colecionando”, integrado na série *Tesourinhos deprimentes*, inspirado num programa com o mesmo nome emitido pela RTP em meados dos anos 1980⁴.

A criação de coleções como mecanismo de resposta a essas necessidades básicas da natureza humana começa normalmente de forma desordenada, através do ajuntamento de peças, a que achamos graça, ou que despertam o nosso interesse, por qualquer outra razão. É só quando a sua quantidade ultrapassa um determinado limiar que começamos a sentir o impulso de ordenar esse universo, convertendo o ajuntamento numa coleção. Em regra, quanto mais interessantes forem os artefactos da coleção, maior será a satisfação intelectual que dela advém e mais desculpável, se assim se pode dizer, será a irracionalidade de nos convertermos em seus

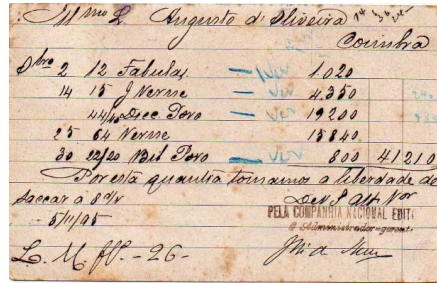
⁴ Retirado de <http://www.youtube.com/watch?v=LOUDGxpHVII>

guardiões. A irracionalidade a que nos referimos manifesta-se de várias formas, desde a invasão dos espaços domésticos até ao trabalho e recursos exigidos pela sua manutenção. Pior ainda, se nos tornarmos verdadeiramente especialistas numa dada temática e conseguirmos aumentar uma coleção a ponto de ficar quase completa, o nível de motivação começa a decrescer e tomamos consciência de que não estará longe o dia em que acordaremos sem interesse por ela e sem saber o que lhe fazer. É a irracionalidade no seu estado mais puro e o leitor, se já experimentou este caminho, sabe que corresponde à verdade; se não o experimentou, fica avisado e previna-se. Tome ainda nota que este bom conselho não lhe será apresentado segunda vez no decorrer deste trabalho e que, a partir de agora, não encontrará mais do que tentações e convites ao descaminho das suas finanças. Fim do “disclaimer”.

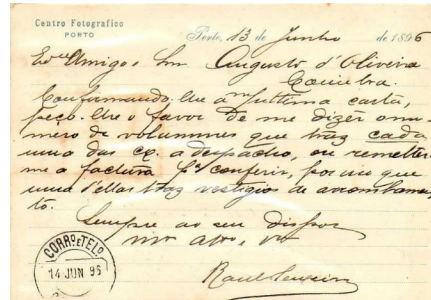
Do que lhe falaremos, portanto, é de coleções de bilhetes-postais ilustrados. Começaram como todas as outras, pelas razões que acabámos de dissecar, mas foram acompanhadas pela boa estrela de tomarem por base um objeto riquíssimo, sob o ponto de vista iconográfico, que é complementado por um largo conjunto de motivos de interesse adicionais, a que daremos atenção nas próximas secções. Para já, interessa-nos apenas apresentar ao leitor uma breve resenha histórica, que restringiremos à introdução dos bilhetes-postais ilustrados em Portugal e aos seus primeiros tipos. É comumente aceite que os postais passaram a circular entre nós em 1895, ano em que a Companhia Nacional Editora lançou um conjunto que apresenta a legenda impressa “Recordação de ...” (Porto, Coimbra, Lisboa). Trata-se de exemplares não muito diferentes dos que já há anos circulavam em vários países, com legendas semelhantes: “Souvenir de ...”, “Gruss aus...”, etc. É aliás desta última designação que decorre o nome por que os postais, e em particular os coloridos que se lhes seguiram, são conhecidos – postais do tipo “Gruss”.

O exemplo aqui apresentado (Figuras 1 e 2) é um dos primeiros bilhetes-postais ilustrados, que foram lançados em 1895 pela Companhia Nacional Editora, tendo ainda circulado com um selo D. Carlos, da autoria do artista Diogo Neto. A generalidade destes postais, bem como os que se lhes seguiram, até ao regicídio, circularam com os selos de D. Carlos, do tipo Mouchon, que iniciaram a circulação em novembro do mesmo ano e que encontraremos na maior parte dos postais apresentados neste trabalho. Estes primeiros bilhetes-postais ilustrados, do tipo Gruss, eram relativamente pobres sob o ponto de vista artístico, dado o reduzido número de cores e a simplicidade dos motivos ornamentais. Ainda nesse mesmo

ano de 1895 foram lançados postais doutros editores, com realce para os postais alusivos às comemorações do sétimo centenário do nascimento de Santo António (Sousa & Jacob, 1985).



Figuras 1 e 2: Recordação do Porto – Vendadeira – Edifício da Bolsa. Editor: Companhia Nacional Editora. Verso não dividido, circulado em 05-11-1895



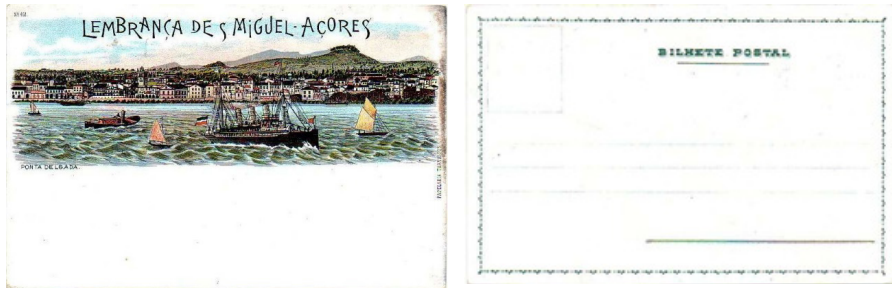
Figuras 3 e 4: Artigos para Fotografia – Centro Fotográfico – 139 Rua Sá da Bandeira, Porto. Editor: Centro Fotográfico do Porto. Verso não dividido, circulado em 14-06-1896

Os “incunábulo” desta época incluem alguns exemplares mandados fazer por casas comerciais, de que é exemplo o bilhete-postal ilustrado do Centro Fotográfico do Porto (Figuras 3 e 4), que aqui apresentamos aos leitores. Repare-se na riqueza dos motivos artísticos, que muito embelezam este postal, mesmo levando em conta que se trata duma emissão monocromática. A partir destas primeiras séries apareceram rapidamente bilhetes-postais ilustrados do tipo “Gruss”, com impressão a várias cores, que são tanto mais interessantes e importantes, quanto mais antiga for a sua data de circulação.



Figuras 5 e 6: Lembrança de S. Miguel – Açores
– Sete cidades. Editor: Papelaria Travassos. Verso
não dividido, circulado em 06-02-1897

O exemplo aqui apresentado (Figuras 5 e 6) foi editado pela Papelaria Travassos, de Ponta Delgada, e circulou em fevereiro de 1897. É já um verdadeiro postal do tipo “Gruss”, se bem que com um colorido ainda incipiente.



Figuras 7 e 8: Lembrança de S. Miguel – Açores – Ponta Delgada.
Editor: Papelaria Travassos. Verso não dividido, não circulado

A Papelaria Travassos atingiu um nível de perfeição muito avançado na produção destes postais, como podemos ver pelo “Gruss”, que representa a cidade de Ponta Delgada (Figuras 7 e 8). Trata-se já de um postal de grande beleza, ao qual a presença das embarcações, em primeiro plano, confere um interesse adicional, pelo conhecimento que nos oferece sobre os meios de transporte marítimo da época.



Figuras 9 e 10: “Souvenir” da Madeira – Teatro – Entrada do Funchal – Ribeira S. Luzia – Funchal – Bela Vista Hotel. Editor: Kunst Anstalt Rosenblatt Frankfurt a/M. Verso não dividido, circulado em 04-09-1897

A encerrar esta resenha sobre a introdução dos bilhetes-postais ilustrados em Portugal, apresentamos ao leitor um “Gruss” da Madeira (Figuras 9 e 10), que ilustra vários pontos da cidade do Funchal. Circulado igualmente em 1897, este postal apresenta um tipo de composição artística mais comum aos seus equivalentes alemães e franceses, a que não será com certeza alheia a origem estrangeira do editor. Naturalmente, foram também produzidos postais, do tipo “Gruss”, das principais cidades do continente, como adiante teremos oportunidade de ver. A partir daquele ano, começaram igualmente a surgir as vistas mais comuns, baseadas na reprodução de imagens fotográficas, a que é frequente dar-se a designação de *postais topográficos* e de que apresentaremos bastantes exemplos, no decorrer deste trabalho. Na verdade, nos 10 anos que decorreram ente 1895 e 1905 deu-se a introdução de quase tudo o que viremos a encontrar nos anos subsequentes. Este enquadramento sumário permite ao leitor compreender melhor o significado das seguintes palavras, apresentadas numa revista de colecionismo de bilhetes-postais ilustrados da época: “desde o bilhete-postal ilustrado, primitivo, reproduzindo na sua simplicidade natural a vista dum ponto conhecido, ou dum local memorável, até ao phocarte (bilhete-postal falante), nenhuma lacuna, vemos, que possa ser preenchida” (*O Postal*, agosto de 1905⁵).

⁵ *O Postal* – Revista mensal dos colecionadores portugueses de Bilhetes Postais Ilustrados, Junho 1905, folha espécimen, a n.os 8 e 9, fevereiro e março de 1906.

AS RAZÕES ACTUAIS

O mais profundo encantamento do coleccionador é o de fechar a peça individual num círculo mágico em que ela, enquanto é atravessada por um último calafrio – o da aquisição –, ficou petrificada. (Walter Benjamin, 2004)

Gostamos de bilhetes-postais ilustrados por razões que, na maioria dos casos, não motivaram os primeiros colecionadores. Os postais da época não lhes despertavam saudosismo e, em termos gerais, não representavam quaisquer transformações urbanas, sociais, ou doutro tipo. Não lhes diziam como os estrangeiros viam a nossa terra, nem levantavam o véu sobre as viagens que os portugueses realizavam pela Europa e pelo resto do mundo. Vamos ocupar-nos dessas e de outras razões neste capítulo, para depois olharmos para as razões de sempre e, por fim, para aquelas que só interessaram aos primeiros cartofilistas.

SAUDOSIMO

O sentimento a que damos a designação de *saudosismo*, à falta de melhor expressão, traduz uma limitação intrínseca da condição humana – tudo o que é físico é efémero e, como tal, tem um fim. Vivemos em permanente estado de expulsão da nossa zona de conforto, se assim lhe quisermos chamar; das memórias de infância, dos amigos da juventude, das ocupações profissionais por que vamos passando e do saber que vamos acumulando, cada vez mais em constante necessidade de atualização. Desta realidade decorre o impulso que despertou em muitos colecionadores a paixão pelos bilhetes-postais ilustrados, nascida tantas vezes do cruzamento, numa feira de antiguidades, com um postal que mostra uma parte da cidade muito diferente do seu aspeto atual, um acontecimento que marcou o curso da história, ou simplesmente hábitos de moda que parecem impensáveis à luz dos nossos dias. Já iremos debruçar-nos sobre essas transformações, que são razões por mérito próprio. Para além da curiosidade que elas nos despertam, existe no entanto uma outra razão, porventura mais forte, que confere um encanto muito particular aos bilhetes-postais ilustrados. Chamemos-lhe pois *saudosismo* e entendamo-la como um convite para regressarmos a uma zona de conforto comum, a um mundo em que o tempo nos parece ter decorrido mais devagar, onde todas as dores que a história recente nos reservava eram ainda desconhecidas. Não é um tipo de transformação que nos fascina, mas antes a evocação de uma espécie de

pureza original, da ingenuidade que essas mesmas transformações arredaram impiedosamente da nossa consciência coletiva.

A centenária revista portuense *O Tripeiro*, em novembro de 1948, reproduziu na sua habitual rubrica “Ainda se lembra?... Era no Porto e num lugar bem central...”, o postal n.º 358, do editor Arnaldo Soares, convidando os seus leitores a identificar o local retratado (Figuras 11 e 12).



Figuras 11 e 12: J.N.B. 358. Porto – Praça de Santa Teresa. Editor: Arnaldo Soares. Verso dividido, circulado em 22-05-1914

Apesar de àquela data já não existir a feira do pão, de a praça não manter o nome de Santa Teresa e de parte dos edifícios terem desaparecido, não faltou quem prontamente respondesse ao desafio, com uma riqueza de pormenores que ilustra bem o tipo de sentimento a que nos referimos. *Muitas e saudosas recordações o nosso último Ainda se lembra? – foi acordar!*, informava-nos a revista no seu número seguinte. Delicie-se o leitor conosco, visitando o que era a atual Praça Guilherme Gomes Fernandes, no centro do Porto, há mais de um século:

De J. A. Pires de Lima - Porto: “Bem me lembro, e que recordações eu tenho da Praça da Farinha, Feira do Pão, ou Praça de Santa Teresa (hoje Praça de Guilherme Gomes Fernandes)! Em frente está a antiga Fotografia União, mais tarde consultório do grande radiologista professor Roberto de Carvalho. Ao lado direito, o Ferro de engomar, miserável triângulo, que resta duma grande casa, que foi demolida para passar a Rua de D. Carlos (mais tarde de José Falcão). Ao lado direito, quem vinha dos Voluntários da Rainha, encontrava o restaurante do João do Buraco, onde a rapaziada tantas noites passava na estroinice... À esquerda havia uma farmácia (mais tarde Farmácia Cristo).

Dava lá consulta o dr. Coutinho, sogro do Campos Monteiro. Todas as tardes vinha para o seu consultório, montado a cavalo, de S. Mamede de Infesta, onde morava. Depois substituiu-o nessa consulta o meu falecido condiscípulo, colega e amigo dr. José Augusto Rodrigues, que algumas vezes me encarregou de ver ali os seus doentes. Parece que conheço ali todas as casas e até as pessoas, desde as desembaraçadas padeiras até ao sujeito que caminha em direcção ao leitor, de chapéu de coco na cabeça. Se ele trouxesse o costumado bengalão, havia de dizer que era o alegre estudante de medicina António de Almeida Trinta, que morreu director das Termas de S. Pedro do Sul...”

De João Moreira da Silva – Porto: “Lembra, sim senhor. A fotografia é da antiga Praça de Santa Teresa, a antiga Feira do Pão, dos meus tempos de petiz, e que é hoje a Praça de Guilherme Gomes Fernandes, homenagem ao grande bombeiro português que tão alto levantou o nome de Portugal em Congressos Internacionais... Lá estão as barracas onde se vendia todo o ano, pão de Valongo, fabricado com trigo da terra, moído nos velhos moinhos e com água também de Valongo, que o tornava muito saboroso, e era trazido diariamente para o Porto em burros com duas canastras abarrotadas deste tão útil alimento e com as vendedeiras encarrapitadas em cima e por isso se dizia quando a cilha da alimária se desapertava: – ‘Lá vai o burro com as canastras...’ Lá vejo, ao fundo, com o mastro para a bandeira nacional nos dias de Grande Gala, o edifício onde estava a Fotografia União, que era fornecedora da Casa Real, e onde me retratei em 1895, no dia da primeira comunhão... Abaixo, a casa da esquina da Rua D. Carlos, estreitíssima, que – dizem – foi construída para fazer pirraça ao vizinho, o que hoje já não seria possível... Ainda mais abaixo da antiga Rua de D. Carlos, o velho Café das Leiteiras, onde, por um vintém, tomavam uma caneca de café com leite e pão com manteiga... (havia de ser hoje!...). Ainda lorigo, nas primeiras barracas à esquerda, os célebres pães de Valongo, que custavam 75 reis e pesavam, salvo erro, meio quilo. Bons tempos!... O candeeiro do primeiro plano mostra a iluminação pública desse tempo, a gás, com o bico Auer que fez furor nessa ocasião (...).”

De Francisco Alexandre Ferreira – Tripeiro-Ramalheiro: “Sim, eu conheci-a, lá vivi uns dez anos, na Farmácia Costa, no n.º 39 (...). Era alegre, ruidosa, essa paniceira

Praça de Santa Teresa, mais tarde votada em consagração ao grande Guilherme Gomes Fernandes. Conheci-a aí por 1887 quando, agarrado às saias de minha mãe, por lá passava abeirado das típicas barracas a comprar o saboroso pão de Valongo, um por 30 reis, dois por 55, ou no dizer de então: meio e cinco; abençoado tempo! Tenho saudades dessa praça onde, desde manhã até à noite, se movimentava uma população heterogénea, onde se misturava o pé descalço com a opulenta dama tripeirinha, dessa praça onde, na Fotografia União, blasonando de o ser da Casa Real, se davam rendez-vous a melhor mocidade e a aristocracia cidadinas; dessa praça onde por cinco tostões eu jantei tantas vezes no Bastos, cuja casa me parece ainda lá estar, para melhor modificada (...).”

De Amadeu Cunha – Lisboa: “Se me lembro! Chamava-se o sítio, no meu tempo, Praça de Santa Teresa e Praça do Pão. Tenho o postal ilustrado que foi reproduzido na secção. Aquela figura do 1.º plano, sempre tive para mim que é o Rodrigo Solano. O poeta do Fumo lá vem, feito leitor-transeunte. Depois, aquela barba, aquele chapéu, aquele livro – um livro que bem poderia ter sido adquirido, naquele dia, na Livraria Moreira ou no Tavares Martins... (...).”

De Alexandre Van Zeller – Lisboa: “Se me lembro... É uma praça à esquina das Carmelitas, conhecida pela Praça do Pão. Ali existia a famosa casa do João do Buraco, onde à noite, quando o jantar na República era mais fraco (em especial no fim do mês), nós íamos saborear o belo bacalhau à moda da casa. (...).”

De José da Fonseca Menéres - Porto: “É a antiga Feira do Pão, depois Praça de Santa Teresa e mais tarde Praça de Guilherme Gomes Fernandes. Ao fundo lá está a Rua de D. Carlos e agora Rua de José Falcão e a casa esqueleto, que então ali se construiu para tirar a vista ao vizinho que não quis comprar a nesga entre a rua aberta e o seu terreno. Essa casa esqueleto que não tinha dois metros de fundo, foi felizmente demolida ainda não há muito tempo. E lá está, ao lado, a Casa (parece que ainda é da família do Barão de Fermil) onde o falecido dr. Roberto de Carvalho montou a sua grandiosa obra de radiografia, etc., e aonde há muitos anos e durante muito tempo esteve estabelecida a Fotografia União, de Fonseca e C.^a, que chegou a ser a primeira do Porto. Ainda me recordo dos seus ricos salões, luxuosamente decorados, onde pontificava Raul de

Caldevilla, menino e moço, recebendo com gentileza os seus visitantes e conseguindo com as suas maneiras afáveis e palavras convincentes, que tirassem as melhores e mais caras fotografias. (...)”

A torrente de comentários que esta imagem da feira do pão provocou ilustra bem que o saudosismo tem lugar próprio entre as razões que nos fazem gostar de bilhetes-postais ilustrados. Provada que está esta tese, por recurso a testemunhas insuspeitas (em 1948, o colecionismo de bilhetes-postais ilustrados, tal como hoje o conhecemos, seria praticamente inexistente), propomos ao leitor que faça o seu próprio juízo, tomando como base de reflexão o interessante postal a seguir reproduzido, que ilustra a praia do Ourigo na Foz do Douro (Figuras 13 e 14). Independentemente das transformações urbanas e sociais que este exemplar tão bem ilustra, será o leitor imune ao *charme* desta imagem, à ingenuidade sugerida pelo pudor quase infantil de se ir vestido para a praia, a toda a cerimónia social que esta forma de convívio permite intuir?



Figuras 13 e 14: Porto, Foz do Douro, Praia do Ourigo. Editor: Estrela Vermelha. Verso dividido, circulado em 2-2-1906. Nota: A substituição da designação impressa “Bilhete Postal”, no verso, pela designação manuscrita “Impresso”, é frequente nos postais da época e tinha por objetivo beneficiar da taxa aplicável a este tipo de correspondência, a que correspondia uma franquia de 10 reis, em vez dos 20 com que eram taxados os BPI

Por outros exemplares da mesma origem, que conhecemos, é de toda a justiça elogiarmos a Condessa de Vila Real e de Melo, que parece ter tido um apurado bom gosto para a escolha dos postais, que trocava com as suas correspondentes. A marca Estrela Vermelha, a que este bilhete-postal ilustrado pertence, foi objeto de um pedido de registo apresentado no final de 1904, de acordo com a documentação que nos foi dada a

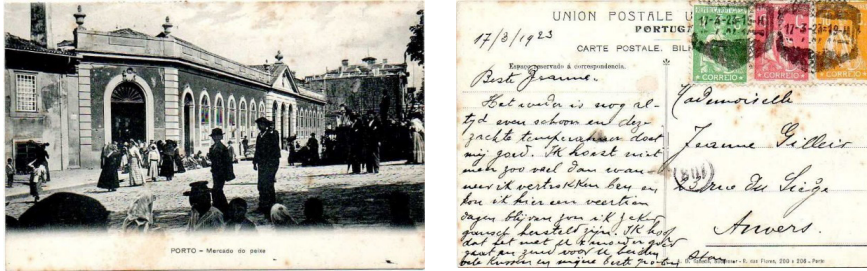
conhecer pelo Sr. António Mendes, do Porto, a quem muito agradecemos esta informação:

Carlos Pereira Cardoso, português, natural de Granja de Alijó, comerciante, estabelecido na Foz do Douro, requer em conformidade com a lei da propriedade industrial registo de uma marca que destina a ser aplicada a bilhetes-postais de seu comércio e cuja descrição é a seguinte: A marca consiste numa estrela de cinco bicos, tendo inferior a esta a palavra: Estrela. Junta 12 exemplares da marca. Junta procuração. Pede a Vossa Majestade a Graça de a mandar registar. E. R. M. Lisboa 12 de Dezembro de 1904.

Carlos Pereira Cardoso era também um fotógrafo com presença regular nas páginas da *Ilustração Portuguesa*, facto a que não será estranho o bom sucesso desta sua iniciativa, de que resultou um elevado número de belíssimos bilhetes-postais ilustrados do Porto e de outras localidades do norte do país, incluindo alguns exemplares dedicados aos usos e costumes das suas populações. O pedido que apresentou foi deferido em 10 de Junho de 1905 pelo Conselheiro Director Geral do Comércio e Indústria e permitiu a este editor aumentar significativamente a produção de bilhetes-postais ilustrados, que já realizava anteriormente a essa data sob a designação de “C. P. Cardoso”.

A TRANSFORMAÇÃO URBANA

A grande popularidade dos bilhetes-postais ilustrados fez com que inúmeras localidades, desde as grandes cidades às pequenas vilas, ficassem representadas nos clichés que ilustravam este tipo de postais. Se outras razões não existissem, a vasta iconografia daqui resultante apresenta o enorme interesse de nos elucidar sobre as transformações urbanas que acompanharam a transição entre um ambiente ainda de natureza rural, e um modelo de desenvolvimento urbano ditado pelos *shoppings* que desertificam o centro das cidades e pelos aglomerados habitacionais que atrofiaram as suas gentes. Os bilhetes-postais ilustrados possuem este extraordinário encanto de nos permitir ver para além do que os olhos alcançam, acrescentando uma quarta dimensão à experiência de vaguear pelas ruas que julgamos conhecer, mas que muitas vezes desconheceríamos por completo, se por lá passássemos um século antes. Que nos desculpem os leitores não portuenses, porque os exemplos que seleccionámos para justificar este espanto são todos da *antiga, mui nobre, sempre leal e invicta cidade* que deu berço ao autor.



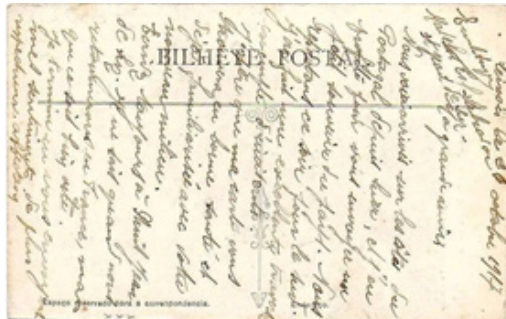
Figuras 15 e 16: Porto, Mercado do peixe. Editor: A. D. Canedo, successor. Rua das Flores, 200 a 206 – Porto. (identificação no verso) Verso dividido, circulado em 17-3-1923 (bem mais tardiamente do que a data de produção, já que a maioria dos postais deste editor circularam c. 1910)

Em rubrica intitulada “Escavações Históricas Portuenses”, publicada na revista *O Tripeiro*, de 1 de novembro de 1909, ficamos a saber que a primeira pedra do Mercado do Peixe, na praça da Cordoaria, foi colocada a 10 de maio de 1869. No *Guia do Viajante na Cidade do Porto e seus Arrabaldes*, Alberto Pimentel informa-nos que se tratava dum *belo edifício, inaugurado a 8 de maio de 1874, rez-de-chaussée, com 12 janelas de frente para o lado da Cordoaria, e um andar para a rua dos Fogueteiros*. As boas condições de asseio, garantia-nos aquele estimado autor, impediam que se mantivessem no edifício *as fétidas exalações do peixe* e terão contribuído para a sua longa existência. Nos finais de 1950 iniciou-se no mesmo local a construção do Palácio da Justiça (Figura 17), mas quem conhecer as imagens do antigo mercado conseguirá sobrepor ao incaraterístico edifício que apresentamos abaixo a vivacidade do ambiente que nos é transmitida pelos postais de há um século.



Figura 17: O Palácio da Justiça, onde ficava o Mercado do Peixe (Google Street View)

O postal apresentado a seguir (Figuras 18 e 19) merece uma referência especial, por parecer contrariar a proposta a que dá sustentação, nomeadamente a de que as transformações urbanas não se encontravam entre as primeiras razões para o colecionismo de bilhetes-postais ilustrados. Em boa verdade, o leitor poderá ter reparado que o autor salvaguardou providentemente esta situação, no início deste capítulo, ao afirmar que os primeiros postais, “em termos gerais, não representavam quaisquer transformações urbanas, sociais, ou doutro tipo”. Este facto, no entanto, não impedia a produção de postais que ilustravam o Porto antigo e temos conhecimento de mais do que uma série dedicada a essa temática. O que julgamos válido manter é que ela não constituiu um tema que motivasse os primeiros colecionadores.



Figuras 18 e 19: J.N.B. 264, Porto antigo – Convento d'Áve Maria. Editor: Arnaldo Soares. Verso dividido, circulado em 24-10-1917 (algo tardiamente em relação à data de produção, dado que estes postais terão circulado maioritariamente entre 1905 e o início da década seguinte)

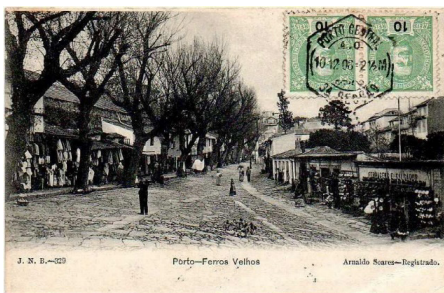
O convento de S. Bento da Avé Maria, cuja história está intimamente ligada à cidade do Porto, foi inaugurado em 1535, tendo a última freira falecido em maio de 1892 (Maia & Monteiro, 1992). Existia ainda na memória recente da cidade quando os principais editores portuenses iniciaram a sua atividade nos princípios do século XX, surgindo por isso retratado em vários postais dessa época. A decisão de se estabelecer uma ligação ferroviária entre Campanhã e o largo de S. Bento ditou de forma irreversível o

seu fim, tendo o primeiro comboio atravessado o túnel que concluía este trajeto, em 7 de novembro de 1896 (Ribeiro, 1968). O exemplar aqui apresentado parece ilustrar uma fase inicial dos trabalhos de demolição, mas a construção do edifício da estação só se iniciou em janeiro de 1904, alguns anos depois da chegada do primeiro comboio (Andrade, 1962) (Figura 20). O ponto de vista é o mesmo da fotografia que apresentamos a seguir, o que nos permite compreender a enorme transformação urbana que teve lugar nesta parte da cidade.



Figura 20: A estação de S. Bento, onde ficava o convento do mesmo nome (Google Street View)

Para concluir esta secção, em que apresentamos ao leitor uma das razões mais comuns que nos levam, hoje em dia, a gostar de bilhetes-postais ilustrados, escolhemos um postal que nos mostra o antigo mercado dos Ferros Velhos, onde há um século ainda se mantinha a principal feira da ladra portuense (Figuras 21 e 22).



Figuras 21 e 22: J.N.B. 329, Porto – Ferros Velhos. Editor: Arnaldo Soares. Verso dividido, circulado em 10-12-1906

No seu número de novembro de 1945, a revista *O Tripeiro* publicou uma imagem semelhante à que vemos neste postal, inserida na já nossa conhecida rubrica “Ainda se lembra?... Era no Porto e num lugar bem central...”. A quantidade de respostas que foram publicadas no número seguinte rivaliza bem com a que apresentámos anteriormente quando tratámos a questão do saudosismo através dos bilhetes-postais ilustrados e poderia substituí-la sem deslustre. Faça o leitor o seu próprio juízo, comparando a imagem aqui apresentada com aquilo que vê quando se coloca atualmente no mesmo local, de frente para a Rua de Cândido dos Reis (Figura 23).



Figura 23: A Rua de Cândido dos Reis, onde ficavam os Ferros Velhos (Google Street View)

Muitos dos atuais colecionadores de bilhetes-postais ilustrados começaram essa atividade a partir dum encontro fortuito, numa feira de velharias, com um postal que mostra uma parte da cidade que conseguiram identificar e relacionar com o aspeto que lhe conhecem nos dias de hoje. Julgamos que se torna mais fácil compreender a surpresa dum tal encontro, se o leitor se detiver alguns minutos a olhar para as imagens aqui apresentadas e, mais ainda, se passar pelos locais que elas representam e substituir o que os seus olhos veem por aquilo que aqui lhe mostrámos. Ou, em alternativa, se procurar um postal antigo da sua região e se der ao trabalho de visitar o local lá retratado, apropriando-se das memórias que ele evoca. Mas tenha cuidado, porque pode ser fulminado por uma paixão dispendiosa, para a qual não é conhecido antídoto seguro...

A TRANSFORMAÇÃO HISTÓRICA E SOCIAL

Para além da transformação urbana, os bilhetes-postais ilustrados oferecem-nos uma riquíssima variedade de pormenores sobre a estrutura

social da época a que pertencem. A história do século XX poderia perfeitamente ser ilustrada através deste tipo de registo iconográfico, que nunca deixou de captar os grandes eventos históricos e sociais. Os quatro postais apresentados nesta secção são exemplares a este respeito e mostram-nos a profunda transformação experimentada em Portugal entre a visita do presidente francês em novembro de 1905 e a implantação da República em outubro de 1910. Como o leitor poderá reparar, nesta e noutras ocasiões ao longo deste trabalho, o mesmo postal poderia servir como exemplo a mais do que uma das razões que aqui lhe propomos para explicar porque é que gostamos de bilhetes-postais ilustrados. Este conjunto, por exemplo, tem igualmente interesse como *memorabilia* dos eventos que representa e seria naturalmente atrativo para colecionadores de temáticas como a Realeza e a República.



Figuras 24 e 25: Postal fotográfico sem legenda e sem editor. Verso não dividido, não circulado (apresenta manuscrita uma indicação de data: 20-11-1906)

Pouco menos de dois anos e meio antes do regicídio que vitimou D. Carlos e o infante D. Luís Filipe, Portugal recebeu Émile Loubet, Presidente da República Francesa. Foi uma visita de Estado com pompa e circunstância, que ficou registada em muitos bilhetes-postais ilustrados evocativos, entre os quais se inclui este belo postal fotográfico. Sendo tradicionalmente produzidos em tiragens de tamanho reduzido (Figuras 24 e 25), estes postais são relativamente raros e, por essa razão, mais valorizados. A impressão fotográfica, por outro lado, permite a ampliação e visualização de pormenores que não são alcançáveis com os restantes métodos de produção, onde a trama de impressão se torna rapidamente visível. No exemplo aqui apresentado, a rainha D.^a Amélia surge ao centro, tendo à sua esquerda D. Carlos e à direita o presidente Loubet. A identificação dos restantes personagens constitui um motivo de interesse adicional que atrai historiadores

e simples apaixonados, para quem um postal como este pode representar um desafio capaz de entreter anos de investigação.



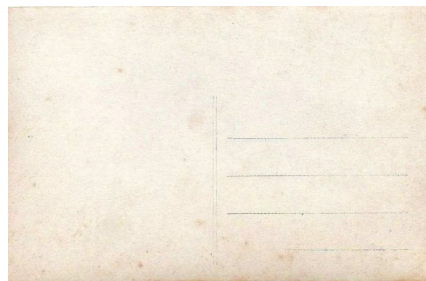
Figuras 26 e 27: Postal fotográfico sem legenda. Editor / fotógrafo: J. P. Bastos & Ca., Lisboa. Verso dividido, circulado em 12-03-1908

O 11 de setembro de 2001 português ocorreu em 1 de fevereiro de 1908, quando D. Carlos e o seu filho primogénito foram assassinados a tiro no Terreiro do Paço. Os regicidas Manuel Buíça e Alfredo Costa foram abatidos no local e deram por sua vez origem a bilhetes-postais ilustrados que perpetuaram a sua imagem *post-mortem*, que é acompanhada pela curiosa legenda “Falecido em 1 de Fevereiro de 1908”. Apesar da fraca popularidade que o reinado de D. Carlos inspirava às sempre sacrificadas massas populares, a iconografia do cortejo fúnebre dá bem ideia do choque que esta tragédia terá representado para o Portugal da época. O interessante postal fotográfico aqui apresentado (Figuras 26 e 27) é um bom exemplo do que acabámos de referir e representa bem o início do processo que, em menos de três anos, apeou um regime que governou Portugal durante séculos.



Figuras 28 e 29: Postal fotográfico com legenda por carimbo: Fuga da família real – Ericeira. Editor / fotógrafo: José Maria da Silva, Fotografia Portuguesa, 121, R. do Poço dos Negros, 125 – 25 Rua da Alcântara, 25-A, Lisboa. Época Balnear – Ericeira. Verso dividido, não circulado

A revolução republicana que eclodiu no Porto a 31 de janeiro de 1891 foi o primeiro sobressalto sério para o regime monárquico português, mas ainda foi preciso esperar quase vinte anos para que os heróis da Rotunda fizessem triunfar a república em Lisboa, num movimento que rapidamente se estendeu ao resto do país. A indecisão durou dois ou três dias, mas depressa se tornou claro que não restava à família real alternativa ao abandono do poder e do país. O momento da partida, na praia da Ericeira, ficou registado num belo postal fotográfico de José Maria da Silva, que assinala o fim da monarquia com o pouco caridoso título de “Fuga da família real” (Figuras 28 e 29).



Figuras 30 e 31: Postal fotográfico com legenda manuscrita: Curioso efeito do bombardeamento na Praça dos Restauradores. Lisboa, outubro de 1910. Sem editor. Verso dividido, não circulado

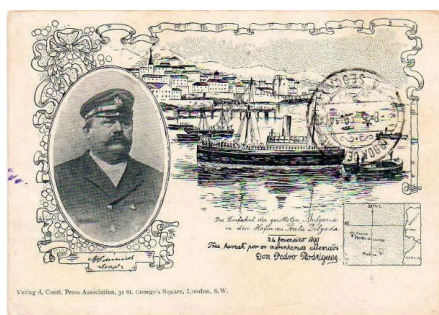
As reportagens fotográficas que se seguiram à vitória do movimento republicano produziram clichés que correram o mundo, em particular através das revistas da época. Ficou célebre um lampião que se manteve incompreensivelmente de pé (Figuras 30 e 31), apesar de ter sido atravessado por projéteis de razoável calibre, um dos quais praticamente o decapitou. Para além de ter sido reproduzido em vários periódicos, por exemplo no *Dimanche Illustré* de 23 de outubro, foi igualmente alvo de uma breve reportagem cinematográfica que pode ser vista no sítio web da British Pathé⁶.

⁶ Retirado de <http://www.britishpathe.com/record.php?id=11278>. Sítio que nos oferece ainda uma outra reportagem cinematográfica invulgarmente extensa dos eventos da Rotunda, em <http://www.britishpathe.com/record.php?id=51945>

As transformações sociais aqui registadas explicam bem *mais uma* razão que nos leva a gostar de bilhetes-postais ilustrados e tornam claro que seria perfeitamente possível contar a história dos primeiros trinta anos do século XX português sem precisarmos de recorrer a outro tipo de registo iconográfico (aos leitores mais diligentes e que se não considerem em risco de desordem obsessivo-compulsiva, sugerimos que iniciem uma nova coleção dedicada a esta temática).

A TRANSFORMAÇÃO DOS MEIOS DE TRANSPORTE

Para além das transformações urbanas e sociais, também as transformações dos meios de transporte se encontram amplamente representadas nos bilhetes-postais ilustrados. Começaremos a nossa digressão pelos transportes marítimos, consideraremos a seguir os transportes terrestres e encerraremos esta secção com os transportes aéreos, cujo nascimento coincidiu com a febre da cartomania.



Figuras 32 e 33: G. Schmidt Capt. Die Einfahrt der geretteten Bulgaria in den Hafen von Ponta Delgada [entrada do resgatado Bulgaria no porto de Ponta Delgada] – 24 fevereiro 1899 – Três hurrah por os marinheiros alemãos [sic] – Dom Pedro Rodrigues. Editor: Verlag d. Contl. Press Association, 31 St. George's Square, London, S.W. Verso não dividido, circulado em 08-05-1899

O raro bilhete-postal ilustrado de temática açoriana aqui apresentado, que nos mostra o *Bulgaria* no porto de Ponta Delgada, evoca muito bem as vicissitudes das travessias transatlânticas da época (Figuras 32 e 33). Este barco foi apanhado por um violento e muito longo temporal durante a travessia do Atlântico, em viagem de Nova Iorque para Hamburgo, no início do mês de fevereiro de 1899. As embarcações que com ele contactaram deram-no em condições de navegação tão difíceis (sem leme, tendo

perdido parte dos salva-vidas e com forte inclinação para bombordo), que chegou a considerar-se perdido, após terem decorrido duas semanas sobre a data em que era esperado no destino. Conseguiu chegar aos Açores pelos seus próprios meios, depois duma odisseia que ficou registada nos jornais da época, a justificar bem o regozijo com que foram recebidos em Hamburgo e os prémios que o imperador alemão concedeu ao capitão e à tripulação (Putnam, 2001).

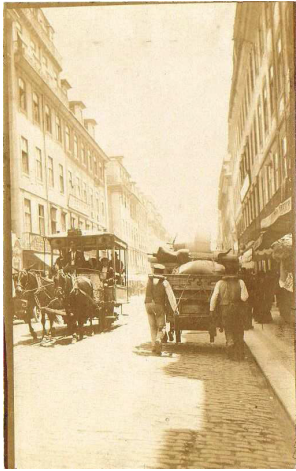
Os transportes terrestres estão também amplamente representados nos bilhetes-postais ilustrados, sendo particularmente interessantes os que dizem respeito aos diversos tipos de carros puxados por mulas, que antecederam e co-existiram ainda com os carros eléctricos, entre finais do século XIX e princípios do século XX. Geralmente conhecidos no Porto por americanos ou carros Ripert, conforme circulassem ou não sobre carris, este tipo de veículos parece ter ficado conhecido em Lisboa pelos nomes dos empresários ou empresas que iniciaram as respetivas carreiras⁷. Vejamos o que nos diz a *Ilustração Portuguesa* no seu número de 23 de agosto de 1920, em interessantíssimo artigo referente à evolução dos meios de transporte desde finais de XIX⁸:

a gente desse tempo, porém, lembra-se ainda dos carroções de Diogo Freirinha, do José da Bateira, do Florindo, da Empresa Salazar (que ainda hoje existe), do Sidório, do Silvestre, do temível Ripert (dono de 60 carroções), do célebre Jacinto Gonçalves, o “Jacinto das Carroças” (há pouco falecido), da Empresa dos Ratos, do Rambon e, finalmente, da Companhia Carris de Ferro de Lisboa. A luta estabelecida entre eles, pela concorrência, foi homérica e terrível, tanto que muitas vezes os passageiros pagaram com desastres graves a comodidade das viagens velozes... Buscando o favor do público, cada um deles, procurava baratear as tarifas e chegar aos pontos de destino mais depressa do que os outros, de modo que muitos carroções ficaram por aí, à beira das ruas, desconjuntados.

A leitura deste excerto permite compreender melhor o que torna estes postais particularmente atrativos, com destaque para os do tipo fotográfico, por nos oferecerem imagens inéditas ou pouco conhecidas.

⁷ A Viação de Lisboa – Jacinto Gonçalves e os seus carros, *Ilustração Portuguesa*, 2.ª série, 29.º volume, n.º 745, 31 de maio de 1920, p. 373.

⁸ Belo Redondo, Do Carroção ao Carro Eléctrico, *Ilustração Portuguesa*, 2.ª série, 30.º volume, n.º 757, 23 de agosto de 1920, pp. 115-120.



Figuras 34 e 35: Postal fotográfico sem legenda e sem editor. Verso dividido, não circulado. Apresenta uma nota manuscrita no verso: *Lisbonne – Un déménagement*. Lisboa – Uma mudança

O exemplar aqui apresentado (Figuras 34 e 35) mostra um destes carros no centro de Lisboa (Rua do Ouro?), no momento em que se cruzava com um par de trabalhadores que procediam a uma mudança. Note-se que, de acordo com a nota que se encontra manuscrita no verso, a fotografia terá sido realizada para registar a mudança, embora o interesse principal que este bilhete-postal ilustrado apresenta, nos dias de hoje, seja o do carro que fortuitamente ia a passar...

Existem dois tipos principais de bilhetes-postais ilustrados relacionados com o desenvolvimento da aeronáutica em Portugal – aqueles que nos apresentam as primeiras tentativas e os seus corajosos autores, e os relativos aos raids aéreos que se popularizaram nos anos 20/30, quando o desenvolvimento tecnológico permitiu antever que o estabelecimento de ligações comerciais entre quaisquer pontos do globo seria uma realidade a curto prazo. Ao contrário do que sucede em alguns outros países, por exemplo em França, o número de postais do primeiro tipo é relativamente pequeno, tanto no que diz respeito aos balões como aos primeiros aeroplanos. Para além de poucas séries impressas pelos processos habituais, existem alguns raros postais do tipo fotográfico, sempre de escassíssima tiragem, que por essa razão constituem atualmente registos iconográficos muito estimados, com valor histórico e documental. O bilhete-postal ilustrado a seguir apresentado é particularmente interessante, por representar o primeiro aeroplano que voou no nosso país, pouco antes dessa primeira

experiência bem sucedida (se assim lhe pudermos chamar, por razões que em breve se tornarão claras). Leia o leitor conosco o interessante relato que nos foi apresentado nas páginas na *Ilustração Portuguesa*, no seu número 192, de 25 de outubro de 1909:

foi no hipódromo de Belém, mais ou menos convenientemente adaptado para tal fim, que se realizou essa primeira experiência com um biplano do sistema Voisin, e, se o seu resultado não foi completamente satisfatório, em consequência do desastre que a interrompeu, tanto a saída do aparelho como a forma como planou enquanto se manteve no ar causaram uma agradável impressão no público. O biplano realizou um voo de 800 metros de extensão, a uma altura de 8 metros. Quando o aviador sr. Armand Zipfel tentava fazer uma viragem, o aparelho caiu brusca-mente e sofreu com a queda alguns prejuízos materiais.



Figuras 36 e 37: Postal fotográfico sem legenda e sem editor. Verso dividido, não circulado

As imagens que ilustram esse interessante artigo, que felizmente foi acompanhado por informação mais detalhada do que era habitual nas páginas daquela extraordinária revista, são da autoria do fotógrafo Joshua Benoliel (1984), de quem voltaremos a falar, uma vez que esteve entre os nossos primeiros colecionadores de bilhetes-postais ilustrados, tendo chegado aos dias de hoje vários exemplares que ostentam o seu carimbo e assinatura. Uma dessas imagens mostra-nos uma perspectiva semelhante à que encontramos no postal aqui apresentado, permitindo comparar detalhes que confirmam tratar-se do mesmo aparelho com que Armand Zipfel escreveu a primeira página da história da aviação portuguesa e a que o futuro veio a dar o pouco glorioso título de *pulo de Zipfel*.

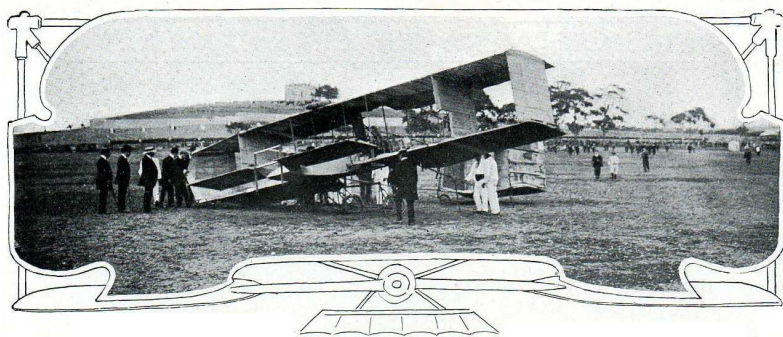


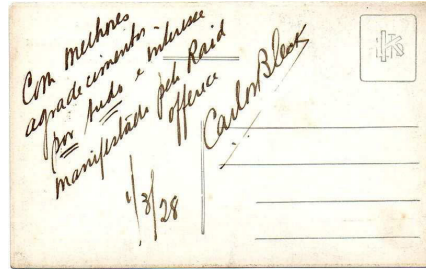
Figura 38

A explicação para tão desairoso epíteto é-nos apresentada com mais alguns pormenores por Henriques-Mateus no segundo volume da sua interessantíssima obra *Portugal na Aventura de Voar* (2009). O vento excessivo, para além de ter interrompido abruptamente a primeira experiência, impediu as tentativas subsequentes que chegaram a estar anunciadas e acabou por obrigar a organização a devolver o preço dos bilhetes, justificando a designação por que veio a ficar conhecido o primeiro voo dum aeroplano no nosso país.

Do segundo grupo principal de bilhetes-postais ilustrados sobre a temática da aeronáutica, referentes aos grandes raides aéreos, são sobejamente conhecidas as séries que dizem respeito à travessia do Atlântico Sul, realizada em 1922 por Gago Coutinho e Sacadura Cabral. A essa primeira grande viagem seguiram-se outras que uniram Portugal a diversos pontos do seu território ultramarino, merecendo destaque o raide Portugal-Macau, levado a cabo por Brito Pais e Sarmento Beires (acompanhados pelo mecânico Manuel Gouveia), sobre o qual existem igualmente bilhetes-postais ilustrados. O postal com que escolhemos encerrar esta secção refere-se à tentativa de ligar Portugal à Índia, que foi primeiramente tentada por Carlos Eduardo Bleck em 1928 (Figuras 39 e 40).

O raide de 1928 não teve sucesso, sendo Carlos Bleck obrigado a abandonar a tentativa após uma aterragem forçada que despedaçou o avião em terras da Palestina, a 22 de fevereiro. Este mesmo piloto conseguiu no entanto realizar a primeira ligação aérea entre Portugal e a Índia em voo solitário, em 1934. Esta viagem e outras recordações da sua vida estão descritas num livro (edição do autor) com o título *Rumo à Índia*, publicado quase 30 anos depois. Esta e outras obras que descrevem os grandes raides aéreos portugueses são fascinantes e acrescentam um encanto particular

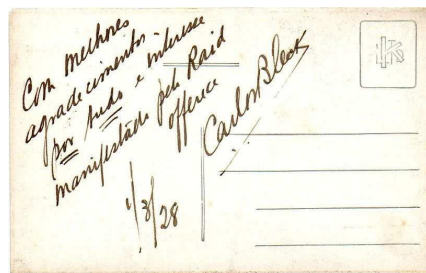
aos bilhetes-postais ilustrados que lhes estão associados, por nos permitirem compreender melhor as tremendas dificuldades e sacrifícios com que se debateram esses nossos corajosos aviadores.



Figuras 39 e 40: Postal fotográfico com legenda impressa: Piloto português Carlos Eduardo Bleck à partida – Alverca – 09-02-928. Verso dividido, não circulado. Apresenta uma dedicatória manuscrita no verso: Com muitos agradecimentos por tudo e interesse [sic] manifestado pelo raide, oferece Carlos Bleck, 1/3/28

PORTUGAL VISTO PELOS ESTRANGEIROS

A firma suíça, Künzli frères, produziu quatro bilhetes-postais ilustrados do tipo “Gruss” sobre a cidade do Porto, que representam alguns dos seus principais pontos turísticos e tipos humanos tradicionais. Lindamente ilustrados, estes bilhetes-postais ilustrados foram lançados nos finais do século XIX e terão sido os primeiros deste tipo relativos ao Porto, já que as outras edições conhecidas (por exemplo, os cinco postais da Litografia Portuguesa alusivos à comemoração do dia 1.º de Maio, os que foram editados pela casa Adriano Ramos Pinto, etc.) circularam em datas posteriores.



Figuras 41 e 42: Ponte D. Maria Pia – Recordação de [sic] Porto – Carriça. Editor: Kunzli frères, Zurich. Verso não dividido, circulado em 29-07-1899

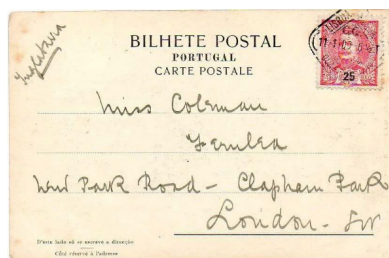
O bilhete-postal ilustrado aqui apresentado (Figuras 41 e 42) é particularmente interessante pelas queixas de que nos dá conta. Em boa verdade e se as restantes alinharem pela mesma razoabilidade das que dizem respeito à apreciação artística, temos razões para crer que a opinião deste nosso visitante estaria condicionada por um dia menos bom:

lamento não poder enviar-te um postal melhor, mas Portugal está três séculos atrasado face a qualquer outra nação e ninguém sabe o que é um postal decente. Está “bestialmente” quente por cá, ontem estavam 57.5 °C ao sol e 32.8 °C à sombra. Não temos carteiro aqui, mas antes uma “carteira”. Ela aparece quando lhe apetece, mais ou menos uma vez por semana.

É para nós seguro que lhe faltava bom gosto para apreciar postais, uma vez que todos os quatro bilhetes-postais ilustrados editados pela Künzli frères são hoje em dia particularmente estimados pelos colecionadores da temática portuense. Talvez pela proximidade existente entre as duas nações, é relativamente fácil encontrarmos relatos de viajantes ingleses em Portugal, onde manifestam a sua surpresa por aquilo que encontram. A superioridade civilizacional de que estavam convencidos confere frequentemente a tais relatos um tom jocoso, umas vezes despropositado, outras nem tanto.

O entendimento dos nomes que encontravam em monumentos e locais suscita ocasionalmente expressões de espanto, como sucede no BPI aqui apresentado (Figuras 43 e 44). Neste caso somos tentados a dar razão ao visitante que enviou para casa a seguinte nota:

Minha querida (...), Que nome extraordinário para um palácio real – Palácio das Necessidades!!! – não é? Por que raio lhe deram esse nome, (ultrapassa?) a minha compreensão.



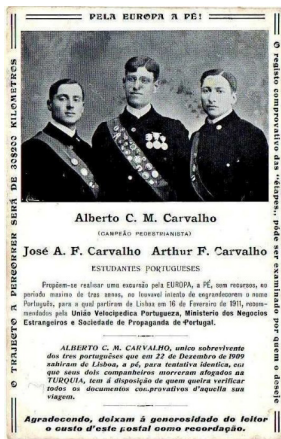
Figuras 43 e 44: 15. Recordação de Lisboa – Palácio das Necessidades. Editor: Jerónimo Martins & Filho, Chiado, 18-19, Lisboa. Verso não dividido, circulado em 11-01-1900

Não teria ainda assim sido essa a sua única surpresa, se tivesse passado por outros locais com que os lisboetas por vezes desafiam a compreensão toponímica, como é o caso do Cemitério dos Prazeres...

OS GLOBE-TROTTERS PORTUGUESES

Na mesma época em que proliferou a cartomania, parece ter sido popular um outro *sport*, que acrescentava aos benefícios intelectuais o desenvolvimento da resistência física e psicológica – a travessia do país ou do continente a pé. É interessante transcrevermos o texto que a este respeito nos apresenta a *Ilustração Portuguesa* n.º 273, de 15 de Maio de 1911:

Os GLOBE-TROTTERS. – De há um tempo a esta parte, muitos portugueses se têm aventurado como *globe-trotters*. Um dia juntam-se três ou quatro rapazes, conversam, discutem, a ancestralidade puxa-os para as aventuras, para correrem, como o infante D. Pedro, as sete partidas do mundo. (...) Entusiasmam-se e marcham. Há pouco morreram dois na Turquia; outros regressam com muito que contar. [a revista inclui uma fotografia de quatro jovens que nessa altura iniciavam a sua viagem]



Figuras 45 e 46: conforme apresentado abaixo e sem editor. Verso dividido, não circulado

Os dois *globe-trotters* que faleceram surgem no n.º 240 desta mesma revista, publicada cerca de meio ano antes, a 26 de setembro de 1910. Este número publica uma fotografia de grupo, no centro do qual estão os “três *globe-trotters* portugueses na Suíça com alguns alunos da escola de Artes

Industriais de Genebra” (Figuras 45 e 46), identificando os “srs. Inácio Santos e Luís Fernandes que morreram afogados quando tomavam banho na ribeira de Xemuky na Turquia” e no meio deles o “sr. Alberto Carvalho, que perante a morte dos seus companheiros deliberou regressar a Portugal”. O sobrevivente não parece ter ficado traumatizado com esta tragédia, uma vez que em fevereiro do ano seguinte já arregimentara dois novos companheiros, com os quais se propunha atravessar 30.200 Km a pé. Como fonte de financiamento recorreram à venda de postais com a fotografia do grupo, a que acrescentaram uma legenda onde informavam da (má) sorte que coubera aos anteriores aventureiros.

Pela Europa a pé!

O trajecto a percorrer será de 30\$20 quilómetros.

O registo comprovativo das “étapes” pode ser examinado por quem o deseje.

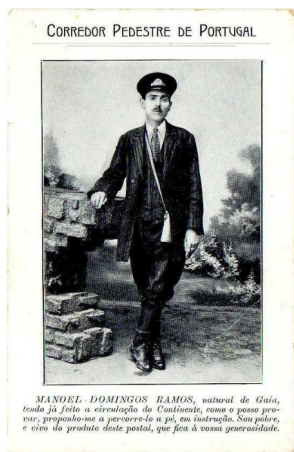
Alberto M. Carvalho (campeão pedestrianista)

José A. F. Carvalho, Artur F. Carvalho
lho (estudantes portugueses).

Propõem-se realizar uma excursão pela Europa, a pé, sem recursos, no período máximo de três anos, no louvável intento de engrandecerem o nome Português, para a qual partiram de Lisboa em 16 de Fevereiro de 1911, recomendados pela União Velocipédica Portuguesa, Ministério dos Negócios Estrangeiros e Sociedade de Propaganda de Portugal. Alberto C. M. Carvalho, único sobrevivente dos três portugueses que em 22 de Dezembro de 1909 saíram de Lisboa, a pé, para tentativa idêntica, em que seus dois companheiros morreram afogados na Turquia, tem à disposição de quem queira verificar todos os documentos comprovativos daquela sua viagem. Agradecendo, deixam à generosidade do leitor o custo deste postal como recordação.

Da frequência com que se deviam organizar estes grupos dá-nos conta a *Ilustração Portuguesa*, que logo no número seguinte àquele em que noticia o afogamento dos dois jovens portugueses, nos apresenta uma fotografia de mais três amigos que iniciavam na lisboeta Avenida da Liberdade uma volta ao mundo em bicicleta, para a qual mandaram fazer os tradicionais bilhetes-postais ilustrados. Estes e outros exemplares que ainda hoje se vão encontrando nos alfarrabistas e comerciantes do ramo vêm corroborar a suposição de que seria relativamente grande o número de jovens, portugueses e estrangeiros, que calcorreavam o mundo em busca de conhecimento e aventura.

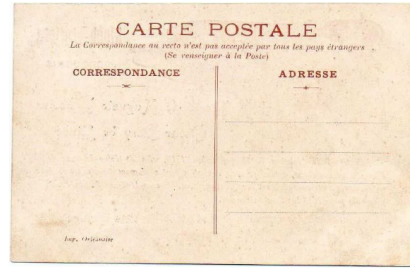
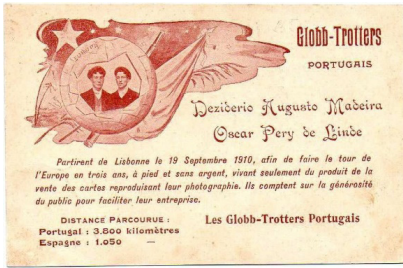
Mais original, no sentido em que se limitou a querer conhecer o que era nosso, foi a odisseia que o “Corredor Pedestre de Portugal” decidiu emprender e de que nos dá conta na fonte de financiamento usada em casos que tal. Pelo uniforme com que se fez fotografar (Figuras 47 e 48), fica-nos a impressão de que trabalharia na distribuição postal, profissão que muito deveria contribuir para a preparação destas iniciativas.



Figuras 47 e 48: conforme apresentado abaixo e sem editor. Verso dividido, não circulado

CORREDOR PEDESTRE DE PORTUGAL
MANOEL DOMINGOS RAMOS, natural de Gaia, tendo já feito a circulação do Continente, como o posso provar, proponho-me a percorrê-lo a pé, em instrução. Sou pobre, e vivo do produto deste postal, que fica à vossa generosidade.

A emissão de bilhetes-postais ilustrados poderia ir sendo feita pelo caminho, para evitar que a fonte de financiamento sobrecarregasse a marcha e também para tornar as explicações perceptíveis aos povos dos países que iam sendo atravessados. Não é assim de surpreender que encontremos igualmente exemplares em Francês, que à época era mais universal do que o Inglês. A pé e sem dinheiro, na boa tradição dos seus contemporâneos, Desidério Madeira e Óscar Linde devem ter incluído no itinerário a cidade de Paris, onde quase 100 anos depois adquirimos o exemplar apresentado a seguir (Figuras 49 e 50).



Figuras 49 e 50: conforme apresentado abaixo e sem editor. Verso dividido, não circulado

Globb-Trotters Portugais

Deziderio Augusto Madeira – Oscar Pery de Linde

Observações: Globb-Trotters Portugais – Deziderio Augusto Madeira – Oscar Pery de

Linde – Partirent de Lisbonne le 19 Septembre 1910, afin de faire le tour de l'Europe en trois ans, à pied et sans argent, vivant seulement du produit de la vente des cartes reproduisant leur photographie. Ils comptent sur la générosité du public pour faciliter leur entreprise. Les Globb-Trotters Portugais. Distance parcourue: Portugal: 3.800 kilomètres, Espagne: 1.050 kilomètres. [Partiram de Lisboa a 19 de Setembro de 1910, a fim de darem uma volta à Europa em três anos, a pé e sem dinheiro, vivendo apenas do produto da venda dos postais que reproduzem a sua fotografia. Contam com a generosidade do público para facilitar a sua iniciativa.]

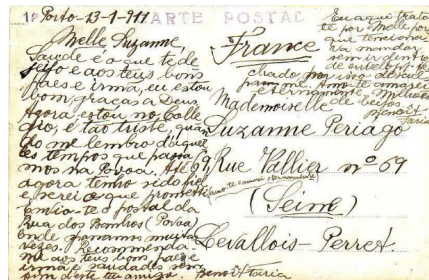
Os bilhetes-postais ilustrados que chegam aos nossos dias são um testemunho interessantíssimo sobre esta vontade de conhecer o mundo, de um modo que muito se coaduna com os ideais que mudaram o regime político português em outubro de 1910 e que tantos adeptos parece ter conquistado, numa época em que o *couchsurfing*⁹ e as viagens *low-cost* ainda não tinham sido inventadas.

⁹ Retirado de <http://www.couchsurfing.org/>

UM CERTO VOYEURISMO

A leitura das mensagens escritas nos postais pode constituir um motivo de interesse para muitos colecionadores. Não sendo de todo alheia a algum *voyeurismo*, essa curiosidade justifica-se por várias razões, entre elas a vontade de conhecer melhor as práticas sociais e, por vezes, mesmo os eventos da época. Diga-se, aliás, que a quase totalidade das mensagens trocadas é completamente desprovida de interesse, por se limitar a palavras de circunstância ou ao uso de fórmulas de saudação normalizadas. Por esta mesma razão, os postais que fogem a essa regra tornam-se particularmente interessantes e poderiam mesmo constituir um tema de colecionismo próprio. É sobre eles que propomos ao leitor uma conversa, no decorrer desta secção.

O primeiro exemplo que escolhemos (Figuras 51 e 52) ensina-nos alguma coisa sobre as práticas sociais do namoro no início do século XX. Se não fosse por isso, a extraordinária transformação urbana de que nos dá conta, relativamente à cidade da Póvoa de Varzim, seria por si motivo suficiente para o termos incluído na secção que anteriormente apresentámos a tal respeito. Nele vemos representada uma parte da atual Avenida dos Banhos, que desemboca na praça onde está hoje a estátua do Cego do Maio, junto ao casino. Ao fundo da rua, que deu o nome à avenida que a substituiu, vemos a entretanto demolida Capela de S. José, que se situava sobre o areal.



Figuras 51 e 52: Postal fotográfico com legenda manuscrita: Póvoa de Varzim – Rua dos Banhos. Sem editor. Verso dividido, circulado em 13-01-1911

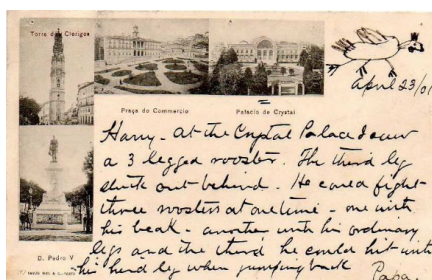
Para além do seu valor documental, já que no caso da Póvoa esta e muitas outras zonas foram impiedosamente transfiguradas pelo camartelo municipal, o postal aqui apresentado oferece-nos um motivo de encanto adicional, através da mensagem que a seguir transcrevemos:

Porto, 13-1-911. M.^{elle} Suzanne, Saúde é o que te desejo e aos teus bons pais e irmã, eu estou bom graças a Deus. Agora estou no colégio, é tão triste, quando me lembro daqueles tempos que passámos na Póvoa. Até agora tenho sido fiel e serei o que prometi. Envio-te o postal da Rua dos Banhos (Póvoa), onde passámos muitas vezes. Recomenda-me aos teus bons pais e irmã e saudades sem fim deste teu amigo, Benoit Faria.

Tudo muito respeitosamente e dentro dos melhores costumes que estamos habituados a associar aos relacionamentos sociais de há um século, incluindo os cumprimentos enviados aos *bons pais e irmã...* Devia no entanto tratar-se já de namoro consentido, uma vez que o Benoit renovava a descoberto as promessas de fidelidade que teria feito no verão anterior. O mais interessante vem a seguir, escrito sobre o espaço que estava reservado para o endereço:

Eu aqui trato-te por M.^{elle} porque tencionava mandar sem ir dentro de envelope fechado, por isso desculpa-me. Amo-te e amarei eternamente. Milhares de beijos, Benoit Faria.

Ah! e pensávamos nós que as nossas trisavós só trocavam o primeiro beijo seis meses depois de iniciado o namoro... As mensagens de afeto e brincadeira constituem outro tipo de exemplos não menos interessantes, em particular por nos mostrarem que o carinho e o humor são relativamente intemporais. Enquanto a mensagem do Benoit Faria, que acabámos de apresentar, é lida com alguma estranheza à luz das fórmulas atuais, os dois exemplos que apresentaremos a seguir podiam perfeitamente ter sido escritos em postais enviados nos nossos dias.



Figuras 53 e 54: 7. Torre dos Clérigos – D. Pedro V – Praça do Comércio – Palácio de Cristal. Editor: Emílio Biel & C. – Porto. Verso não dividido, circulado em 24-04-1901

Surpreendido com um galo de três patas que vira no Palácio de Cristal, na cidade do Porto, um pai saudoso comprou o bilhete-postal ilustrado aqui apresentado (Figuras 53 e 54), onde assinalou com uma marca o local referido. Não totalmente desprovido de dotes artísticos, acrescentou um desenho onde o animal surge representado com alguma graça e escreveu ao filho, que seria uma criança interessada pelos fenómenos da natureza, a seguinte mensagem:

Harry – Vi no Palácio de Cristal um galo com 3 patas. A terceira pata projectava-se para trás. Ele podia lutar contra três galos ao mesmo tempo – um com o bico, outro com as patas normais e o terceiro com a pata traseira quando saltava para trás. Papá.

Para o Harry, em particular numa época em que os motivos de distração eram incomparavelmente inferiores aos atuais, este postal deve ter servido como motivo de conversa durante vários dias... O que nos parece curioso realçar, como referimos antes, é que o mesmo desenho e a mesma mensagem poderiam perfeitamente fazer parte dum postal enviado hoje, se no Palácio de Cristal continuassem a existir galos que desafiassem as leis da natureza. Passa-se o mesmo com o bilhete-postal ilustrado apresentado a seguir (Figuras 55 e 56), que ilustra o edifício prisional portuense então em uso, onde hoje se encontra instalado o Centro Português de Fotografia (pormenor não destituído de interesse, por razões que compreenderemos já a seguir).



Figuras 55 e 56: 97. Cadeias da Relação. Editor: Emílio Biel & C. – Porto. Verso não dividido, circulado em 31-01-1904

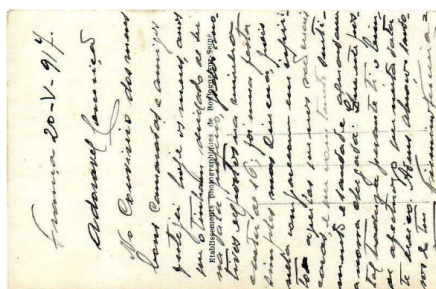
Logo após a sua chegada ao Porto, o jovem W. Flower brinca com um seu amigo em Inglaterra, a quem enviou a seguinte mensagem:

Porto, Portugal, 30/1/04. Caro Bert, Esta é a prisão onde te poderei vir a encontrar um dia! Tivemos uma passagem difícil (refere-se com certeza à travessia do Golfo da Biscaia) e levamos 5 dias em vez de 3½. Mesmo ontem não pudemos entrar no Rio Douro e tivemos que desembarcar no Porto de Leixões, um pouco ao norte do Porto. Como está a Elsie? Havia 2 senhoras no barco para além de mim, bem desejava que tivessem sido raparigas dos seus 16 anos!

Para além de confirmar a má fama do golfo da Biscaia, que tantos incómodos causou aos visitantes que chegavam da Europa do norte, este postal mostra-nos que as brincadeiras e os temas de conversa entre os jovens de há 100 anos mantêm uma atualidade notável, quer na forma quer no conteúdo. Prejudicado apenas pela falta de espaço para estender as pernas, o conforto com que os jovens ingleses atravessam hoje o golfo, a bordo da Ryanair, é incomparavelmente maior do que aquele que era oferecido aos passageiros das carreiras marítimas de antanho. Com esta única ressalva, poderíamos encontrar a mesmíssima mensagem num bilhete-postal ilustrado enviado hoje... É ainda curioso assinalar que o remetente deste postal tem o mesmo apelido de um homem que deixou o seu nome escrito com letras de ouro na história da fotografia portuense, tendo-nos deixado mais de 200 imagens notáveis da cidade e dos seus arredores, realizadas na década de 1850: Frederick William Flower.

O bilhete postal é a mais expressiva e gentil forma de correspondência moderna. (...) Pois este emissário afortunado de todas as simpatias, de todos os afectos discretos e de todas as indiferenças delicadas, esta espécie de caixeiro viajante das paisagens e dos galanteios, pode dizer-se que, há mais de dois anos, pôs a sua influência cosmopolita e feminina ao serviço da guerra e dos guerreiros. (*Ilustração Portuguesa*, 5 de Dezembro de 1917, 15)

Para encerrar a temática das mensagens, no panorama das razões pelas quais gostamos de bilhetes-postais ilustrados, apresentamos a seguir um postal enviado à esposa por um dos nossos combatentes em França durante a I Guerra Mundial. Os livros de memórias que foram publicados nos anos subsequentes, em particular pelos elementos do corpo de oficiais, oferecem-nos um registo muito vivo das dificuldades, sofrimentos e privações que todos enfrentavam. Os postais enviados por soldados e oficiais, não obstante as limitações impostas por este meio de comunicação, relatam-nos por vezes pormenores não menos interessantes do dia-a-dia vivido pelos membros do Corpo Expedicionário Português.



Figuras 57 e 58: Agréable surprise: Oh! quelle veine, mon Poilu!
 (Poilu era uma designação afectuosa dada aos soldados franceses)
 Editor: Établissements Photographiques de Boulogne-sur-Seine.
 Verso dividido, circulado com data manuscrita de 20-05-1917

Este bilhete-postal ilustrado (Figuras 57 e 58), pertencente a um extenso conjunto do mesmo remetente, que se prolonga até às celebrações da vitória em 1919, traduz bem a saudade que todos sentiriam dos familiares e os artifícios de que lançavam mão para as minorar:

França 20-V-917. Adorável Conceição,

No convívio dos meus bons camaradas e amigos festejei hoje os meus anos, que o tinham deixado de ser na data própria, pelos motivos expostos na minha carta de 16; foi uma festa simples mas sincera, pois nela compareceram em espírito aquelas que nos são mais caras, e que com tanto sentimento e saudade aguardam a nossa chegada. Que este postal traduza perante ti o brinde afectuoso que nesta data te dedico. Adeus, abraços saudosos do teu Firmino Ferreira.

A temática da I Guerra Mundial surge com alguma frequência nos bilhetes-postais ilustrados da época, existindo mesmo um extenso conjunto de três séries de 24 postais cada, relativos ao Corpo Expedicionário Português (*Os Portugueses em França; Os Portugueses na frente de batalha; Sector Português – zona devastada*), baseados em clichés do nosso mais conhecido fotógrafo de guerra, Arnaldo Garcez. Para além desse conjunto, foram ainda publicados alguns exemplares de origem particular, de que a *Ilustração Portuguesa* nos dá exemplo no seu n.º 563, de 4 de dezembro de 1916, onde é apresentado um interessante bilhete-postal ilustrado mandado fazer pelo madeirense João Gouveia, em homenagem aos seus

três filhos combatentes “na frente ocidental pela causa da civilização e da humanidade”.

CURIOSIDADES

Para além das razões já apontadas, o interesse dos colecionadores pelos bilhetes-postais ilustrados pode ter origem em características inco-muns, por vezes em simples pormenores que permitem a um dado exemplar *contar uma história*. Essas histórias nem sempre são evidentes, sendo por vezes necessária uma *chave* que as descodifique, isto é, o conhecimento dos pormenores capazes de despertar esse interesse. Trata-se de bilhetes-postais ilustrados que poderão passar por muitas mãos, sem que ninguém repare neles, até virem eventualmente a cruzar-se com alguém que seja capaz de identificar a história que eles nos trazem. À falta de um nome melhor, consideraremos que essas razões caem num grupo a que damos a designação de *curiosidades*.

No seu número de agosto de 1905, a revista *O Postal*¹⁰ apresenta-nos uma novidade que acabara de ser apresentada em Portugal – o fonopostal. Convidamos o leitor a ler connosco a interessante notícia que nos dá conta deste tipo de bilhetes-postais ilustrados:

O fonopostal – A Sociedade Portuguesa dos Phonocartes, representada por Joaquim Duarte Ferreira e Eduardo Campos Oliveira, em extremo amáveis para com o príncipe regente D. Luís Filipe e antes mesmo de lançarem ao mercado os aparelhos de que são os únicos representantes neste reino, pediram e obtiveram de Sua Alteza uma audiência afim de fonocartarem um postal na sua presença. Eis o seu texto:

A Sua Alteza Real o Príncipe Regente em nome d’El-Rei. Senhor: a Sociedade Portuguesa dos Phonocartes, desejando a Vossa Alteza Real muitas prosperidades durante a sua Augusta Regência deste reino e agradecendo a graça da audiência concedida, vem muito respeitosamente rogar a Vossa Alteza Real haja por bem aceitar este novo invento, persuadido de que Vossa Alteza Real não se negará a dispensar à nossa sociedade a Sua Augusta protecção.

Foi uma forma *sui generis* de felicitar a pessoa do Regente, com o que deveria ficar deveras encantado e maravilhado pelas expressões que o postal lhe consagrava. Ah! quantos colecionadores desejariam possuir aquele postal...

¹⁰ *O Postal* – Revista mensal dos colecionadores portugueses de Bilhetes Postais Ilustrados, Rua de Fernandes Tomás 40, Coimbra (junho 1905, folha espécimen, a n.os 8 e 9, fevereiro e março de 1906).

A *Ilustração Portuguesa* n.º 38, de 12 de novembro de 1906, publicou um interessante artigo intitulado “O Bilhete Postal Ilustrado”, no qual apresenta igualmente esta novidade da cartofilia, acompanhada pelas imagens da máquina capaz de gravar a mensagem e de efetuar a sua leitura. O autor, que assina apenas com as iniciais B. de M., idealiza um diálogo entre uma gentil donzela e a severa guardiã da sua virtude, que, como sempre aconteceu ao longo dos tempos, foi ludibriada, desta vez pelo recurso a tão imaginosa tecnologia.

O postal que aqui apresentamos aos nossos leitores (Figuras 59 e 60) data precisamente da época em que estas novidades tecnológicas foram introduzidas no nosso mercado. A julgar pelo escassíssimo número de exemplares que parece terem chegado aos nossos dias, a aceitação pública deve ter ficado aquém das expectativas, desfecho a que não terá sido alheio o facto de estar vedada a descodificação da mensagem aos destinatários que não investissem na preciosa máquina... Ou talvez, quem saiba, as severas guardiãs da virtude optassem por inutilizar todos os bilhetes-postais ilustrados que passassem ao seu alcance, na incerteza dos descaminhos a que pudessem dar origem. O exemplar que aqui apresentamos terá viajado virgem, uma vez que o remetente escreveu sobre a faixa de gravação, podendo ter sido esse o salvo-conduto que lhe permitiu chegar aos nossos dias...

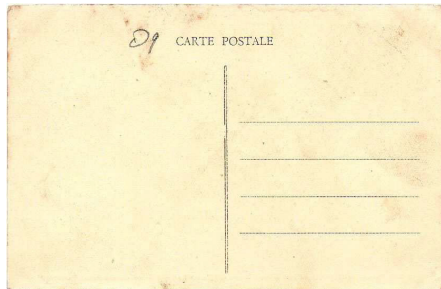


Figuras 59 e 60: Sem legenda. Editor: Phonocartes, 68, boulevard Kellermann, Paris – Tébéhem, La Sonorine, Paris. Verso dividido, circulado em 29-11-1905

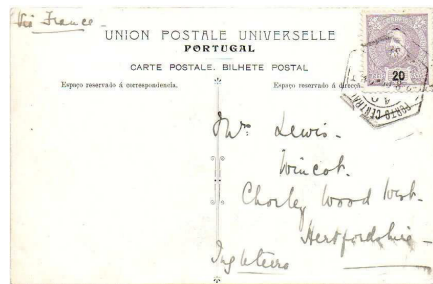
Podemos igualmente incluir neste grupo aqueles postais em que existem pormenores (temas secundários) capazes de atrair colecionadores

que não se interessam pelo tema principal a que eles dizem respeito. A ar-
rumação é ditada por este tema principal, o que dá ocasionalmente origem
a algumas surpresas, mesmo para os colecionadores que se consideram
especialistas nas suas áreas temáticas.

O bilhete-postal ilustrado que aqui apresentamos (Figuras 61 e 62)
terá sido produzido como publicidade aos velocípedes motorizados da Peue-
geot, provavelmente nos anos 20 / 30, e refere-se especificamente a um rai-
de realizado por *Mademoiselle* Donata Vanutelli através de França, Espanha
e Portugal. O interesse particular deste postal reside no facto de represen-
tar a passagem desta *motarde* pela cidade do Porto, mais especificamente
pela Praça da Batalha, vendo-se em fundo a igreja de Santo Ildefonso (teria
provavelmente pernoitado no Hotel Sul-Americano, que pensamos ter-se
situado no local em que ela se encontra). A reduzida tiragem, por se tratar
dum tema muito específico, e o facto de ser provavelmente associado aos
postais sobre transportes, explicam que este bilhete-postal ilustrado seja
praticamente desconhecido pelos colecionadores da temática portuense...



Figuras 61 e 62: Mlle. Donata Vanutelli, à Porto, au cours
de son raid France- Espagne-Portugal sur un vélo-moteur
Peugeot. Editor: Anónimo. Verso dividido, não circulado



Figuras 63 e 64: 185. Vila Nova de Gaia. Editor: Emílio Biel
& C. – Porto. Verso dividido, circulado em 02-08-1905

Para concluirmos os exemplos de curiosidades que poderão levar-nos a gostar de um bilhete-postal ilustrado, escolhemos um caso em que o remetente se deu ao trabalho de inscrever uma mensagem relativamente longa num espaço minúsculo, tornando a leitura não menos difícil do que terá sido a escrita, quando o poderia ter feito de forma desafogada, no espaço que o verso disponibilizava para este efeito (Figuras 63 e 64). Que razões crê o leitor que possam ter levado a tão estranha decisão?

A explicação para este facto reside, julgamos nós, no decreto publicado pela Direcção Geral dos Correios e Telégrafos, a 29 de novembro de 1905, de que nos dá notícia a revista *O Postal*, no seu número 5:

Para conhecimento do público se anuncia que até novo aviso podem permutar-se somente com Alemanha, Áustria, Bélgica, França, Grã-Bretanha, Itália, Rússia, Suíça e Tunísia, bilhetes postais ilustrados, cuja frente é dividida em duas partes iguais, sendo a parte esquerda reservada para a correspondência e a direita para o endereço do destinatário. No verso destes bilhetes não deve escrever-se coisa alguma. A respectiva franquia em selos é de 20 reis. Nota: É interessante assinalar que esta revista – sendo este provavelmente o entendimento comum à época – usa os termos frente e verso de forma oposta ao entendimento actual.

Depois de tão laborioso esforço, podemos imaginar a interjeição soltada pelo remetente, quando se preparou para escrever o endereço do destinatário no verso e verificou que tinha afinal nas mãos um dos novos postais de verso dividido, que terão iniciado a sua circulação nesse mesmo ano de 1905!

TANTO AINDA POR DESCOBRIR...

Por fim, no que respeita às razões que atualmente motivam colecionadores e estudiosos dos bilhetes-postais ilustrados, apresentamos aquela que despertou no autor o interesse pela escrita deste trabalho e por outras iniciativas neste domínio – o facto de subsistirem ainda muitas dúvidas acerca da atividade dos nossos editores de postais, dos fotógrafos que neles publicaram os seus trabalhos, e do modo como este meio de comunicação foi usado no relacionamento social dos portugueses de inícios do século XX e como contribuiu para o seu desenvolvimento. É notável que este desconhecimento se mantenha até aos dias de hoje, a ponto de continuarem sem resposta muitas perguntas, das quais o autor apresenta a seguir alguns exemplos diretamente relacionados com os seus interesses principais:

- Por que razão terá o editor português Arnaldo Soares iniciado a sua longa série de postais pelo número 152? Seria por ter entrado mais tarde num mercado muito competitivo, não querendo parecer mais atrasado do que os seus competidores diretos, cujas séries eram já relativamente extensas quando ele iniciou a sua atividade? Seria por acordo com algum editor estrangeiro com quem estabeleceu parceria para iniciar a publicação das suas séries? (existem bilhetes-postais ilustrados espanhóis com a mesma indicação J.N.B. – cujo significado confessamos igualmente desconhecer – e o mesmo tipo de apresentação, mas com números de série inferiores a 152, como gentilmente nos indicou o Sr. Arlindo Pereira, do Porto).
- Em que ano é que os principais editores portugueses iniciaram a sua atividade? O pedido de registo de marca apresentado por Carlos Pereira Cardoso para as séries Estrela Vermelha data de 1905, mas é bem conhecido que este editor produzia há já alguns anos postais sob a designação de “C. P. Cardoso”. Terá Emílio Biel editado postais ainda em 1899, ou começou com esta sua atividade apenas em 1900? E quando é que Alberto Ferreira, que possuía já uma tabacaria na esquina da Rua de Entreparedes com a Praça da Batalha, se iniciou neste ramo de negócio? (muitos anos depois, este editor envolveu-se numa forte polémica com a Misericórdia de Gaia, que publicou um opúsculo muito pouco abonatório para a sua pessoa)¹¹.
- Quem era o editor de postais fotográficos que se assinava como “Ed. JO.”, que em finais dos anos 1920, início de 1930, produziu tantas e tão magníficas imagens do Porto e de algumas das suas localidades adjacentes? É ainda curioso assinalar que, apesar de ter produzido tantos (estão registados mais de meio milhar) e tão bons postais, o seu aparecimento é relativamente invulgar, surgindo na maior parte dos casos como exemplares não circulados, o que indica que um tão significativo investimento terá dado origem a uma atividade relativamente curta. Terá este editor interrompido a sua atividade em consequência dalgum acidente, terá falecido jovem, terá decidido emigrar?...
- Quantos clubes se terão formado entre nós nos alvares do colecionismo de bilhetes-postais ilustrados e quais terão sido os mais ativos? Desde quando é conhecida a sua formação e até quando é que existe registo dela? A criação destes primeiros clubes é particularmente interessante e a sua atividade é conhecida em muitos países, de forma mais ou menos organizada, proporcionando aos seus membros vantagens que transcendiam a mera troca de postais. Atendendo a isso ainda voltaremos a este assunto, quando adiante considerarmos as razões que motivaram os primeiros colecionadores.

¹¹ *Uma fraude de 105 contos – A Misericórdia de Gaia e o caso Alberto Eduardo Ferreira*, Imprensa Moderna, Porto, 1937, 97 pp.

Se algum benévolo leitor souber e quiser responder a quaisquer destas questões, fique desde já informado do enorme interesse com que o autor destas linhas lerá as informações que lhe sejam enviadas para o endereço de correio eletrónico apresentado no início deste trabalho...

AS RAZÕES DE SEMPRE

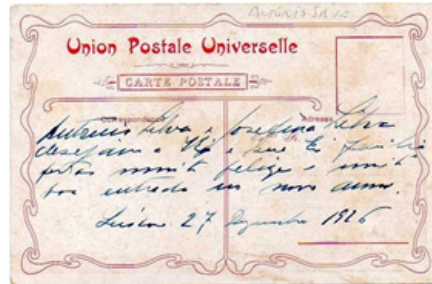
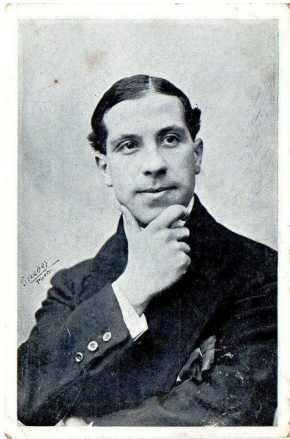
Antes de nos debruçarmos sobre as razões que julgamos terem sido exclusivas dos primeiros colecionadores de bilhetes-postais ilustrados, julgamos apropriado referir aquelas que estiveram presentes desde os primeiros dias e que sobreviveram até à atualidade. É delas que damos conta nesta secção, propondo-as à apreciação dos leitores.

AS CELEBRIDADES

Os bilhetes-postais ilustrados, que representam gente célebre, interessaram aos primeiros cartofilistas, tanto quanto aos de hoje em dia. Em boa verdade, podemos ver este tipo de postais como sucessores diretos das famosas *cartes-de-visite*, fotografias coladas sobre um cartão com as mesmas dimensões dos tradicionais cartões de visita, sendo essa a origem da designação por que ficaram conhecidos. Tendo sido introduzidos pelo fotógrafo francês André Disdéri, as *cartes-de-visite* constituíram uma das principais forças motrizes que impulsionaram o desenvolvimento da indústria fotográfica durante a segunda metade do século XIX. Foram-se tornando gradualmente acessíveis a franjas cada vez mais largas da população e foram também usados para representar vistas de cidades, tendo a venda de imagens de gente famosa, incluindo personagens reais, homens de letras, atores e atrizes, etc., constituído igualmente uma importante fonte de receita para os fotógrafos. Existia por isso já uma longa tradição de interesse pela representação das *socialites*, que não foi desperdiçada pelos editores de bilhetes-postais ilustrados. Os postais deste tipo eram atrativos para alguns colecionadores da época e nunca deixaram de o ser, em particular quando os representados se mantiveram populares ao longo das décadas que nos separam do período em que viveram.

O exemplo que aqui apresentamos (Figuras 65 e 66) diz respeito ao célebre ator António Silva, que fez rir gerações de portugueses em filmes ainda hoje tão famosos como *A Canção de Lisboa*, *O Pátio das Cantigas*, *O Costa do Castelo*, *O Leão da Estrela*, etc. Neste postal, que o representa mais jovem do que a imagem que dele habitualmente guardamos, o ator

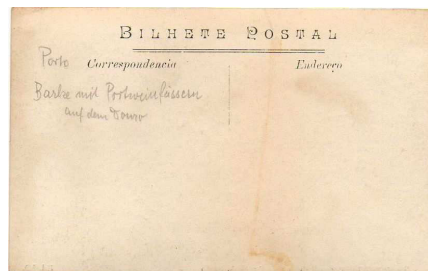
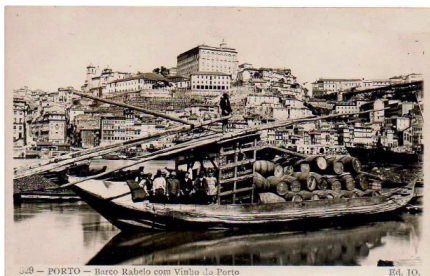
inscreveu a seguinte mensagem: “António Silva e Josefina Silva desejam a V.^a Ex.^a e sua Ex.ma família festas muito felizes e muito boa entrada no novo ano. Lisboa, 27 de Dezembro de 1926”.



Figuras 65 e 66: Sem legenda e sem editor. Verso dividido, apresentando manuscrita a data de 27-12-1926

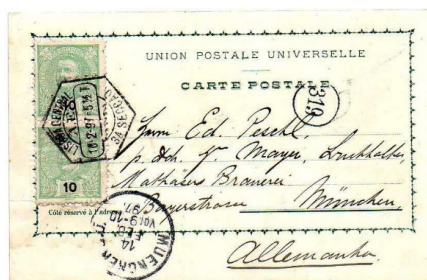
A BELEZA DAS IMAGENS

Outra das razões que atraíram os colecionadores de há 100 anos, tal como atraem os atuais, é a beleza das imagens que ilustram alguns bilhetes-postais ilustrados. Esta razão é particularmente notória nos postais do tipo Gruss, mas encontram-se igualmente postais dos restantes tipos, que se tornam irresistíveis pela mesma razão. Para ilustrar esta afirmação, escolhemos um postal daquele tipo e um postal fotográfico (Figuras 67 e 68).



Figuras 67 e 68: Postal fotográfico com legenda impressa: 329. Porto – Barco Rabelo com Vinho do Porto. Editor: Ed. JO. Verso dividido, não circulado (c. 1930)

O editor que assinava como “Ed. JO.,” como foi já referido no fechar da secção, continua por identificar, pelo menos dentro do limitado grupo de contactos do autor deste trabalho. Esta situação é tanto mais intrigante, quanto sabemos que as séries de postais por ele produzidas representam várias localidades, com relevo para o Porto e Foz do Douro, que ilustrou com mais de 400 clichés, na sua maioria de enorme interesse documental e artístico. A imagem do barco rabelo que aqui apresentamos é um bom exemplo da sua extraordinária qualidade como fotógrafo, numa época em que o *Photoshop* não *aditivava* a realidade. Já existiam postais fotográficos cerca de 30 anos antes deste editor ter iniciado a sua atividade, sendo que alguns dos seus autores deixaram um nome que perdura até aos nossos dias. Os postais da casa Perestrelo, na ilha da Madeira, terão estado entre os primeiros deste tipo, tendo começado a circular ainda antes de 1900. Já no século XX, houve trabalhos de grande qualidade produzidos por fotógrafos como Domingos Alvão e Joaquim Azevedo (que teria uma técnica apurada de fixação das imagens, atendendo à riqueza de tons com que os seus postais chegaram aos nossos dias), no Porto, e José Bárcia, em Lisboa, para referir apenas alguns dos casos mais notáveis. Nos primeiros anos de circulação do bilhete-postal ilustrado em Portugal, no entanto, os postais que mais se distinguiram pela beleza das imagens foram indubitavelmente os do tipo Gruss.



Figuras 69 e 70: Souvenir de Lisbonne – Place du Commerce – Église d’Estella. Editor: C. George, Lisbonne. Verso não dividido, circulado em 10-02-1897

A escolha de um postal capaz de ilustrar a beleza das imagens, dentro do tipo Gruss, é particularmente difícil, não pela escassez de exemplos, mas antes pela razão contrária. Embora existam exceções, os postais deste tipo apresentam-nos geralmente ilustrações de grande qualidade artística,

combinando as cores de forma sempre feliz, produzindo um resultado harmonioso e muito atrativo. O exemplar que aqui apresentamos (Figuras 69 e 70) reúne, no nosso entender, todas estas qualidades, às quais acrescenta uma das mais antigas datas de circulação que se encontram em postais deste tipo. Torna-se ainda interessante pelo facto de nos trazer a memória dum *flirt*, através da seguinte quadra: *Se eu soubesse que voando, / Alcançava o teu amor, / Pedia emprestado, / As asas d'um açor*. O desfecho perdeu-se de forma irrecuperável na voragem do tempo, mas não será arriscado aventar que as hipóteses do galanteador teriam sido maiores, se a sua veia poética estivesse ao nível do bom gosto que evidenciou na escolha deste BPI. O nome da dama permite-nos no entanto supor que desconhecesse o nosso idioma, o que pode ter sido a tábua de salvação que impediu este namoro de naufragar pelo rombo aberto no porão das letras...

MEMORABILIA DE EVENTOS

Os editores ingleses de bilhetes postais nunca perdem a oportunidade de emitir uma colecção de bilhetes de tal forma que todo e qualquer facto distinto pelo sucesso e desejável para o intento, é de uma vez reproduzido em bilhete postal com uma rapidez que faria certamente pôr de pé e esfregar os olhos a um editor americano. (transcrito do *The Globe* na revista *O Postal* de Setembro de 1905)



Figuras 71 e 72: Postal fotográfico com legenda impressa: Porto – Recordação da cheia de dezembro de 1909. Editor: Fotografia Alvão, Santa Catarina 100, Porto. Verso dividido, não circulado

Os bilhetes-postais ilustrados alusivos a eventos que marcaram uma época podem também ter interesse por documentarem transformações históricas ou sociais, casos que já tratámos no capítulo precedente. Há no

entanto *memorabilia* de eventos, na forma de postais, que interessaram aos primeiros colecionadores, tal como continuam a interessar aos colecionadores atuais, independentemente de registarem quaisquer transformações urbanas, históricas, sociais, ou doutro tipo. Mesmo que o façam, o interesse que despertam nos seus proprietários pode advir exclusivamente do evento a que estão ligados. É sobre este tipo de razões que nos debruçaremos nesta secção.

As cheias do Rio Douro foram ao longo dos séculos motivo de fundamentado receio para as povoações ribeirinhas, havendo alguns anos em que a altura atingida pelas águas ficou registada em documentos históricos e na memória local. As que tiveram lugar em dezembro de 1909 ficaram tristemente célebres pelos grandes estragos que causaram e deram origem à emissão de vários conjuntos de bilhetes-postais ilustrados. O exemplar que aqui apresentamos (Figuras 71 e 72) foi produzido pelo fotógrafo Domingos Alvão e pertence a uma série com várias dezenas de clichés, que dão bem ideia do extraordinário caudal do rio e dos prejuízos causados pelo transbordo das águas.

Apesar do pioneirismo que muitos autores reconhecem ao Padre Bartolomeu Lourenço de Gusmão, no desenho de aeróstatos, a verdade é que a sua experiência de 1709, perante a corte de D. João V, não parece ter tido seguidores que permitam sustentar uma prioridade portuguesa nesse domínio. As principais ascensões aerostáticas realizadas entre nós foram feitas por visitantes estrangeiros, como é o caso de Vincenzo Lunardi em 1794, dos Robertson (pai e filho) em 1819 e dos Poitevin (marido e mulher) em 1857. Os nossos aeronautas mais conhecidos foram sobretudo notícia nos primeiros anos do século XX, facto a que poderá não ser alheia a fama das experiências realizadas pelo brasileiro Alberto Santos Dumont em Paris desde finais da década anterior (a mãe e algumas das suas irmãs viviam na Foz do Douro).

Na memória da aeronáutica portuense¹² ficou tristemente célebre a ascensão do balão Lusitano, que em 21 de novembro de 1903 subiu pela última vez aos céus da Invicta. O *Tripeiro* de 1 de novembro de 1927 recorda esse fatídico evento nos seguintes termos:

O Lusitano, depois de receber na sua pequenina barquinha os três tripulantes — todos do concelho de Vila Nova de Gaia — que muito satisfatoriamente tinham almoçado no restaurante do Palácio, às onze horas e cinquenta

¹² Francisco Guimarães (Guido Severo), A aeronáutica no Porto, *O Tripeiro*, V Série, Ano XIII, setembro de 1957, pp. 151-155.

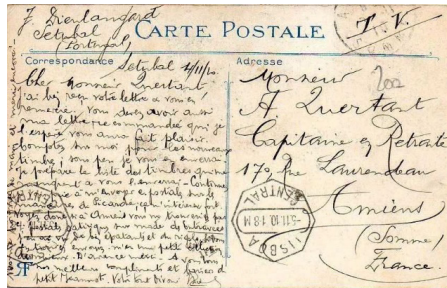
minutos, eleva-se no espaço, atravessa serenamente o pitoresco rio Douro, para algum tempo sobre Gaia, e depois toma a direcção da encantadora praia de Espinho, melhor dizendo, do imenso Oceano Atlântico, para não mais ser visto nesta cidade.

A acompanharem o aeronauta Belchior Fernandes da Fonseca, estavam José António de Almeida e César Marques dos Santos, cujos meios de fortuna o tornaram conhecido em Vilar do Paraíso (Gaia) como o “Menino de Ouro”. O desaparecimento do balão e dos seus tripulantes, de que nunca mais chegou notícia, apesar dos insistentes boatos que durante anos foram surgindo a respeito do seu salvamento, deixou uma marca profunda na memória portuense e inspirou vários bilhetes-postais ilustrados. No exemplar que aqui apresentamos aos leitores (Figuras 73 e 74), o remetente inscreveu a seguinte mensagem: “Porto 3-12-903. Ainda até hoje nada se sabe dos aeronautas! Julgo-os perdidos e sepultados há muito no grande Oceano! Se a Providência fizera o milagre de seu aparecimento!!! Nessa incerteza lá vai este postal de recordação. Lembranças”... Para além do evento a que está ligado, quer pela imagem quer pela mensagem, este postal é interessante por demonstrar a rapidez com que os editores conseguiam colocar no mercado BPI alusivos aos eventos que mais marcavam a opinião pública. Repare-se que o desaparecimento do balão ocorreu a 21 de novembro e que o postal aqui apresentado circulou a 3 de dezembro, o que dá a entender que pouco mais de uma semana depois de ter sucedido esta tragédia, já se encontrava à venda este postal lançado pelo editor Emílio Biel!



Figura 73 e 74: 120. Última ascensão do Lusitano. Editor: Emílio Biel & C. – Porto. Verso não dividido, circulado em 03-12-1903

A escassa diferença entre a data dum evento e a circulação dos primeiros postais que lhe dizem respeito demonstra bem o empreendedorismo dos editores de bilhetes-postais ilustrados e dá ideia da concorrência no seio da classe, para além de constituir um motivo de interesse na apreciação dos bilhetes-postais ilustrados. À distância de tantos anos, é forçoso surpreendermo-nos com o facto de Emílio Biel não ter tido receio de que o Lusitano e os seus tripulantes pudessem ainda reaparecer, em particular se levarmos em conta o tom fatalista da legenda que fez imprimir sob a imagem. Pelas mesmas razões, é interessante assinalar que o postal que aqui apresentamos aos leitores (Figuras 75 e 76), alusivo à proclamação da república, circulou menos de um mês depois da instauração do primeiro governo republicano. As retaliações que poderiam advir da morte prematura do novo regime talvez ajudem no entanto a explicar o anonimato do editor...



Figuras 75 e 76: Proclamação da República Portuguesa – 5-10-1910. Editor: Anónimo. Verso dividido, circulado em 04-11-1910

Para fechar esta secção, apresentamos ao leitor um postal fotográfico alusivo à visita que D. Manuel II realizou ao Porto, com início em 8 de novembro de 1908 (Figuras 77 e 78). Esta visita está amplamente descrita na *Ilustração Portuguesa*, nos seus números compreendidos entre 16 de novembro e 21 de dezembro.



Figuras 77 e 78: Postal fotográfico sem legenda. Editor / fotógrafo: Joaquim Azevedo. Verso dividido, circulado em 21-11-1908. A escrita sobreposta na perpendicular, a julgar pela relativa frequência com que se encontra nos postais da época, deveria causar menos estranheza do que actualmente...

O bilhete-postal ilustrado aqui apresentado pertence ao vasto conjunto de postais e outros documentos iconográficos que retrataram a visita do jovem rei à Invicta. Este exemplar apresenta no entanto duas características que o tornam particularmente interessante – a data, uma vez mais, que mostra que os postais deviam ser publicados logo após (ou mesmo durante) a visita, e a mensagem, que descreve precisamente a passagem de D. Manuel II pelo local retratado no postal:

Minha querida Haydée, (...) Tens visto muitas vezes o rei? Eu vejo-o muitas vezes, temos-lhe atirado sempre flores sem conta e vivas nem se fala. Este postal foi à chegada dele à Rua de Pinto Bessa. [Trata-se na verdade da passagem pelo Jardim de S. Lázaro] Eu acho-o muito parecido e tu? O meu priminho Eduardo estava no outro dia só à janela quando o rei passou. Olhou para casa da titia, não viu ninguém, começou a fazer adeus com a mão ao pequeno e atirou-lhe um beijo. Não fazes ideia como a criança ficou satisfeita! Está tão habituado o rei a que se lhe faça festa, que quando lá passa já vem de longe a dizer adeus. Já viste a rainha? Eu já, mas acho-a muito acabada. (...)

AS PRIMEIRAS RAZÕES

O bilhete postal ilustrado que é hoje o sport intelectual mais desenvolvido entre todas as classes sociais – sem distinção – de todos os povos civilizados, tem ultrapassado, tanto artística, como tecnicamente, nos últimos tempos,

tudo quanto a imaginação humana podia criar de mais fantástico e de mais belo (*O Postal*, agosto de 1905¹³).

Encerraremos a consideração das razões que nos levam a gostar de bilhetes-postais ilustrados, olhando para aquelas que terão motivado os primeiros colecionadores. Referimo-nos às que os motivaram *apenas a eles*, uma vez que algumas das que foram já discutidas, também lhes foram comuns.

UM RETRATO DO MUNDO

Para as novas gerações, que nascem no mundo do Flickr e do Google Street View, é difícil compreender os obstáculos que limitavam o conhecimento do mundo, no tempo dos nossos antepassados de há 100 anos. Não havendo televisão e muito menos internet, e sendo os álbuns com vistas fotográficas acessíveis apenas à burguesia abastada, o aparecimento dos bilhetes-postais ilustrados, que colocavam ao alcance de todos as vistas das cidades mais famosas, e mesmo de regiões remotas e exóticas, produziu um grande fascínio. É certo que os postais não foram totalmente inovadores a esse respeito, uma vez que antes deles existiam já as fotografias *carte-de-visite* e as vistas estereoscópicas, que eram os “parentes pobres” dos álbuns e das imagens fotográficas em grande formato. Foram inovadores, no entanto, a respeito dum fator de importância fundamental – o seu baixo preço tornou-os acessíveis a um número muito maior de bolsas.

A vontade de conhecer o mundo, que é de todos os tempos e de todas as idades, podia facilmente ser satisfeita através da troca de postais, bastando escolher correspondentes nos locais pretendidos. Apesar de não faltarem à época livros de viagens ilustrados e de as revistas incluírem frequentemente imagens dos mais variados locais, os bilhetes-postais ilustrados permitiam a cada um criar um retrato personalizado do mundo, construído à medida das suas preferências e convenientemente limitado ao espaço dos álbuns que se vendiam para acondicionar as coleções.

AS PRIMEIRAS REDES SOCIAIS

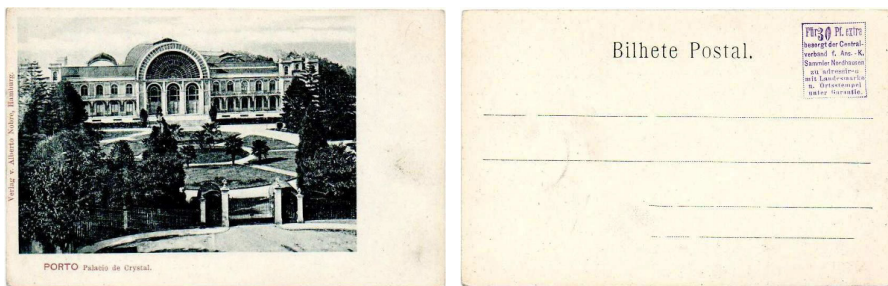
Jorge das Neves Larcher, Leiria, Portugal, échange cartes-postales illustrées, timbre côté vue, avec tous pays. (*O Postal*, setembro de 1905¹⁴)

¹³ *O Postal* – Revista mensal dos colecionadores portugueses de Bilhetes Postais Ilustrados, Rua de Fernandes Tomás 40, Coimbra (junho 1905, folha espécimen, a n.os 8 e 9, fevereiro e março de 1906).

¹⁴ *O Postal* – Revista mensal dos colecionadores portugueses de Bilhetes Postais Ilustrados, Rua de Fernandes Tomás 40, Coimbra (junho 1905, folha espécimen, a n.os 8 e 9, fevereiro e março de 1906).

Para além deste aspeto, os bilhetes-postais ilustrados acrescentaram às *cartes-de-visite* e às estereoscopias uma novidade fundamental, que estava de todo ausente nas alternativas anteriores – o facto de constituírem o elo de união entre um *remetente* e um *destinatário*. Este facto conferia uma dimensão humana ao ato de colecionar postais, tornando-o muito mais aliciante do que as frias coleções de vistas fotográficas, que eram *compradas* pelos próprios e não *recebidas* dum correspondente. Esse contacto humano, nas mais das vezes com pessoas de quem pouco ou nada se sabia, devia ser aliciante numa época em que os relacionamentos sociais estavam muito espartilhados pelas regras da etiqueta. Deve ter sido não poucas vezes também um motivo de preocupação, pelas mesmas razões que os pais da atualidade olham com reserva para os contactos que os jovens estabelecem na selva do ciberespaço. À época, no entanto, não eram apenas os jovens a engrossar as listas de colecionadores que propunham a troca de postais...

A criação de clubes de colecionadores pode perfeitamente ser vista como um antecedente do Facebook e de outras redes sociais dos nossos dias. Julgamos que neste domínio há ainda muito por estudar, em particular no que diz respeito à caracterização desses clubes e à sua importância na dinamização das trocas culturais, como precursores do esbatimento de fronteiras que a Internet veio finalmente consumir.



Figuras 79 e 80: Porto – Palácio de Cristal. Editor: Verlag v. Alberto Nobre, Hamburg. Verso não dividido, não circulado

O carimbo que vemos no verso do bilhete-postal ilustrado a seguir apresentado diz respeito a um clube de colecionadores que, de acordo com um artigo sobre as primeiras sociedades de colecionadores de

bilhetes-postais ilustrados, publicado na revista *The Postcard Album* n.º 15¹⁵, se fundiu em 1903 com outro clube de Hamburgo. Este “Zentralverband für Ansichtskartensammler”, da cidade de Nordhausen, prometia aos seus membros, pelo custo adicional de 30 Pfening, o envio de um bilhete-postal ilustrado com um selo e carimbo do local nele ilustrado (que estaria com certeza limitado aos locais onde este clube tivesse sócios).

É particularmente interessante que este carimbo surja sobre um postal produzido por um editor português que residia em Hamburgo, Alberto Nobre, que julgamos ser o irmão de António Nobre, a que se encontra ocasionalmente referência na correspondência do poeta. Por informação recebida do arquivo estadual de Hamburgo, fomos informados de que a primeira entrada a seu respeito, encontrada no diretório daquela cidade, surge em 1900 na forma Nobre, Alberto – Import, Export und Commiss., Kaiser Wilhelmstr. 34; Wohn.: Schlüterstr. 52 (o primeiro endereço refere-se à firma e o segundo à residência).

O conjunto de vistas que Alberto Nobre produziu é interessante e confere-lhe um lugar de destaque entre os editores nacionais, não pela quantidade, que julgamos não ter ultrapassado as poucas dezenas de títulos (conhecemos bilhetes-postais ilustrados referentes à zona do Porto e ao Funchal), mas antes pela época em que esteve ativo. Conhecem-se exemplares circulados desde 1899 (apesar de aparentemente não existir registo da sua atividade antes de 1900), o que o coloca, em conjunto com Albert Aust, outro editor de Hamburgo, entre os primeiros editores que produziram postais deste tipo referentes à cidade do Porto.

A CARTOMANIA

Dizem-me também que em Portugal se gasta já perto de um milhão de bilhetes deste género, feitos com as nossas ruas, as nossas praças, com os retratos dos nossos homens célebres, com os recantos pitorescos das nossas aldeolas, com os costumes graciosos das nossas províncias, com as ruínas das nossas torres seculares, das nossas igrejas vetustíssimas, dos nossos solares onde tantas coisas belas se passaram. (B. de M. *Ilustração Portuguesa*, 12 de novembro de 1906)

A cartomania, como hábito coletivo de colecionismo de bilhetes-postais ilustrados, nos termos em que era praticada há um século, não

¹⁵ *The Postcard Album* (sítio Web associado à revista com o mesmo nome). Retirado de <http://www.tpa-project.info/>

existe ou é residual nos dias de hoje. Por outras palavras, quem atualmente coleciona bilhetes-postais ilustrados não o faz nos mesmos termos em que esta atividade era praticada nos primeiros tempos. Existiam regras de etiqueta, que incluíam, por exemplo, o local de colocação do selo (no lado da vista ou no lado do endereço). Chegou mesmo a existir um código de comunicação baseado na forma como era colado o selo, que não terá possivelmente tido muitos praticantes. Sem conhecermos a chave e – mais importante – sem sabermos se o selo teria sido colado de forma a querer dizer alguma coisa, torna-se-nos hoje impossível descodificar as intenções dessas trocas, partindo do princípio de que identificaríamos os postais em que elas eram feitas... Os protocolos e outras regras que as antigas revistas de colecionadores da época divulgaram, incluindo a formação de listas de membros com má fama por não responderem aos pedidos de troca, dão-nos ideia do mundo da cartomania nos inícios do século XX e da importância que teria uma resposta atempada e conforme com os desejos dos correspondentes. A revista *O Postal*, publicada em 1905, propõe mesmo métodos para organizar as coleções, guardar a informação sobre os postais trocados, etc. Uma boa organização era com certeza fundamental para os grandes colecionadores, que tinham muitos correspondentes. Por outro lado, o tempo necessário para escrever endereços e mensagens poderia ser nesses casos apreciável. A julgar pelo número de exemplares em que isso é ainda visível, muitos deles adotaram o uso de carimbos, que tornavam mais expedita a gestão da correspondência, para além de eliminarem os problemas de leitura devidos à arresada caligrafia da época, que deviam dar origem a não poucos erros nos endereços, conseqüente extravio, má fama para os serviços postais (tema que é aliás recorrente nas revistas da especialidade), frustração dos colecionadores e, eventualmente, algumas entradas injustas nas listas de membros com má reputação na praça.



Figuras 81 e 82: 61. Cidade do Porto. Editor: Emílio Biel & C. – Porto. Verso não dividido, circulado em 27-02-1903

O primeiro exemplo que aqui apresentamos (Figuras 81 e 82) para ilustrar as práticas dos grandes colecionadores mostra uma bela vista da zona ribeirinha do Porto, mas tem interesse por vários outros motivos, que o leitor pode começar por tentar identificar, antes de ler os próximos períodos. A paixão pelos bilhetes-postais ilustrados encontra também expressão nesta capacidade de ler um conjunto de sinais que nos são oferecidos ao olhar, mas que permanecem invisíveis à vista dos leigos. Em primeiro lugar, trata-se neste caso de um bilhete-postal ilustrado enviado e assinado pelo célebre Joshua Benoliel, que poderemos considerar o primeiro repórter fotográfico português. A fama que granjeou como fotógrafo da *Ilustração Portuguesa* é bem merecida e o resultado do seu trabalho constitui um repositório iconográfico fundamental para o conhecimento da sociedade portuguesa da época. A paixão pela fotografia não era a única que animava Benoliel, que deve ter sido um fervoroso praticante da cartomania e um bibliófilo notável – o *Diário da Noite* de 27 de março de 1939 anunciou o leilão da sua biblioteca numa notícia com o título “Benoliel! Os seus livros vendem-se esta noite: Morre pela segunda vez o ‘Rei dos Fotógrafos’” (13, vol. 2, s.p.). Repare-se que Benoliel dispunha de um carimbo com o seu nome e outro que convertia a designação de “Bilhetes Postal” para “Impresso”, de forma a permitir uma taxa de circulação reduzida. O bilhete-postal ilustrado aqui apresentado inclui um número invulgar de selos, colados no lado da vista, correspondendo estas particularidades com toda a certeza às preferências deste seu correspondente. Repare-se ainda na indicação manuscrita “selo verso”, aposta sobre o local em que o selo devia normalmente ser colocado, para facilitar o trabalho dos funcionários dos correios que carimbavam a correspondência (e que não deviam achar piada a esta diversidade de preferências sobre o local em que ele era colado). Repare-se por fim no “N.º 3” escrito no canto superior direito do lado da vista, com certeza a indicar que se tratava do terceiro postal enviado por Benoliel para este seu correspondente (a colocação do número permitia ao destinatário saber se teria havido extravio de algum exemplar, partindo do princípio de que não se fazia trapaça na numeração). Se o leitor realizou o exercício proposto no início do parágrafo, pode agora comparar os sinais que tinha identificado com os que aqui foram referidos e atribuir uma nota ao primeiro exame a que foi sujeito, no seguimento deste *crash course* sobre a apreciação de bilhetes-postais ilustrados...



Figuras 83 e 84: 64. Palácio de Cristal. Editor: Emílio Biel & C. – Porto. Verso não dividido, circulado em 11-11-1901

Mesmo a concluir a apresentação dos bilhetes-postais ilustrados que foram seleccionados para acompanhar este trabalho, propomos ao leitor um segundo desafio, que o possa redimir do eventual desaire obtido no exame anterior. Analise pois este postal (Figuras 83 e 84), que ilustra o Palácio de Cristal portuense e diga-nos o que é que identifica de interessante nele. Já está? Vejamos então. Reparou que se trata da mesma imagem usada no postal que o pai do Harry lhe enviou, a contar que aí tinha encontrado um galo com três patas? Ambos os bilhetes-postais ilustrados foram produzidos por Emílio Biel e é interessante assinalar que os postais deste editor apresentavam inicialmente ilustrações de pequeno tamanho, na forma de vinhetas, de maneira a libertar espaço para a escrita da mensagem. A dificuldade de visualizar essas imagens (e porventura também um limite de palavras manuscritas imposto aos materiais que circulavam com a franquia de “Impressos”) levou rapidamente ao aumento do espaço que lhes era atribuído. O postal em que W. Flower mostrava ao seu amigo Bert a prisão onde ameaçava vir um dia a encontrá-lo inclui-se já no novo formato que anteriormente apresentámos. Não passou muito tempo, porém, até entrar em vigor a norma do verso dividido, que permitiu o uso de imagens a cobrir a quase totalidade do lado da vista e deixou à beira dum ataque de nervos aquele remetente que escreveu uma longa mensagem em letra de tamanho 5, antes de virar o postal e ver que tinha afinal disponível um generoso espaço para a correspondência. E terá o leitor reparado que a imagem que vemos no bilhete-postal ilustrado aqui apresentado é exatamente a mesma que foi usada por Alberto Nobre no postal que ostenta o carimbo do clube de colecionadores alemão? Esta partilha de clichés era frequente entre os editores da época, embora duvidemos que ocorresse sempre de comum acordo. Terá até eventualmente dado origem a algumas disputas, que poderão ajudar a compreender porque é que certos postais

são particularmente raros. Como trabalho para casa, fica o leitor incumbido de encontrar um exemplar do raríssimo postal n.º 168 do editor Arnaldo Soares e avaliar se não estaremos perante um exemplo concreto do que acabámos de afirmar. *Last but not least*, o leitor poderá ter reparado que o bilhete-postal ilustrado com que fechamos este trabalho poderia também ter sido incluído na secção das “Curiosidades” – é que o remetente, que a julgar pelo facto de possuir carimbo devia ser do tipo *pro*, conseguia fazer o pleno dos nomes, ao apresentar o singular apelido de Formigal, tendo escolhido residência na Travessa da Formiga!

CONCLUSÃO

Sorte do colecionador, sorte do particular! Nunca ninguém procurou menos por detrás de alguém, e ninguém se sentiu tão bem nesse papel como aquele que pôde continuar a sua existência desacreditada atrás da máscara de Sptizweg¹⁶. Na verdade, no seu interior alojaram-se espíritos, pelo menos geniozinhos que levam a que, para o colecionador – falo do autêntico, do colecionador como deve ser –, a posse seja a mais profunda forma de relação que pode ter com as coisas: não por elas estarem vivas nele, mas porque é ele mesmo quem vive nelas. (Benjamin, 2004)

Este trabalho apresentou uma perspetiva possível sobre as razões que nos levam a gostar de bilhetes-postais ilustrados e que explicam a popularidade deste tipo de coleções, desde os primeiros anos, há mais de um século, até à atualidade. Vimos que as razões da cartomania de 1900 eram substancialmente diferentes das que motivam o colecionismo de postais nos dias de hoje. Poderíamos, pois, perguntar, se terá havido algum momento específico em que as primeiras razões cederam o lugar às atuais, ou se essa mudança se foi processando gradualmente, ao longo das décadas. Julgamos que foi esta pergunta, conjugada com outras, que deu origem ao projeto de investigação que a Universidade do Minho vem desenvolvendo há anos sobre postais ilustrados¹⁷.

¹⁶ Pintor e poeta alemão, autor do célebre quadro *The Bookworm* (retirado de http://en.wikipedia.org/wiki/The_Bookworm), que representa um colecionador de livros na sua biblioteca.

¹⁷ O projeto a que nos referimos chama-se “The Illustrated Postcards. Towards a socio-semiotics of Image and Imaginarium”. Foi financiado pela FCT e tem sido desenvolvido pelo Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade (CECS), da Universidade do Minho. Retirado de <http://postaisilustrados.blogspot.com/>. Entre as suas principais publicações, destacamos os seguintes artigos: Martins, Pires & Oliveira (2008), “Dos postais ilustrados aos posts nos weblogues: para uma sócio-semiótica da imagem e do imaginário” (In Martins & Pinto (Eds.); Martins, Oliveira & Correia, (2011), “Les images

A apropriação dos bilhetes-postais ilustrados pelos portugueses, a partir de 1900, como um instrumento de interação, tanto com conhecidos como com desconhecidos, poderia talvez fazer-se, comparando os seus efeitos com aqueles que produzem outros recursos semelhantes, usados por gerações posteriores – as redes de correspondência com *penpals* espalhados pelo mundo, tão frequentes durante o juventude do autor, e mesmo com as redes sociais que tanto atraem os jovens dos nossos dias. O Twitter, curiosamente, constitui quase um retorno a esses tempos, no que respeita à regra que limita a extensão da mensagem...

Regressemos, no entanto, à questão com que abrimos esta última secção, para propormos ao leitor uma resposta possível. Estamos em crer que as razões que explicam o colecionismo de bilhetes-postais ilustrados evoluíram de forma algo irregular e que terá de facto existido um ponto de viragem, coincidente com a II Guerra Mundial. Aos primeiros anos do século, em que a cartomania viveu os seus anos de ouro, sucedeu-se um declínio, à medida que outros divertimentos mais estimulantes foram tomando conta da sociedade. O aparecimento da rádio e da televisão veio oferecer alternativas poderosas a algumas das razões que invocámos para o primeiro período. A turbulência e destruição, que se apoderaram do mundo durante a II Guerra Mundial, terão despertado uma vaga de saudosismo que relançou o interesse pelos bilhetes-postais ilustrados, como um registo iconográfico facilmente acessível, capaz de preservar a memória coletiva, que por essa época atravessava um momento de profundas transformações.

A leitura duma publicação como *O Tripeiro*, que surgiu em 1908 e continua ainda hoje a ser publicada (embora tenha sofrido algumas interrupções), parece confirmar que as razões que aqui apresentámos como atuais, para gostarmos de bilhetes-postais ilustrados, aparecem no final dos anos 1940/ princípios de 1950. Ao longo das páginas desta revista, surge com alguma frequência, a partir desta época, o nome de Edgar Augustus Ennor, que muito se interessava pela história do Porto e que podemos identificar como um dos primeiros colecionadores “modernos” de bilhetes-postais ilustrados. Os postais de Edgar Ennor encontram-se com frequência nas páginas da revista durante a década de 60, para ilustrar aspetos do Porto, no início desse século. Nos anos 70, aumentou significativamente o número de colecionadores, que gostavam dos bilhetes-postais ilustrados

numériques s’imaginent l’archaïque: mettre en perspective les cartes postales”; Martins, Oliveira, & Correia. (2013), “La carte postale et la représentation des espaces public et intime”; Martins, Oliveira & Bandeira (2011), “O ‘mundo português’ da Exposição de 1940 em postais ilustrados. O global numa visão lusocêntrica”. E assinalamos, sobretudo, os dois livros: Martins & Correia (Eds.) (2014), *Do Post ao Postal*; e Martins & Oliveira (Eds.) (2011), *Portugal Ilustrado em Postais – Viana do Castelo, Braga, Bragança, Viseu e Portalegre*.

pelas razões que considerámos atuais. Nessa década e na seguinte, o custo ainda relativamente baixo dos postais antigos permitiu a formação de algumas das principais coleções hoje existentes e o aparecimento das primeiras obras portuguesas sobre a “cartofilia moderna” (Gruner, 1980). O aumento da procura, associado ao decréscimo da oferta, levou, por sua vez, a um aumento exagerado dos preços, durante os anos 90, que voltaram a decair nos primeiros anos deste novo século, quer por efeito das crises económicas, quer pela compra e venda direta, através dos leilões da Internet. O eBay, em particular, ao proporcionar um acesso mais fácil aos bilhetes-postais ilustrados, que se encontram na posse de comerciantes e particulares estrangeiros, contribuiu para ajustar (reduzir) os preços à nova realidade, ditada por um maior equilíbrio entre a oferta e a procura.

Vale a pena assinalar, a concluir este trabalho, que a influência da Internet no colecionismo de bilhetes-postais ilustrados não se restringe ao ajuste de preços através do eBay e de outros leilões *online*. A facilidade com que se formam coletividades nos mais variados domínios permitiu o aparecimento do movimento Postcrossing¹⁸, que está no centro duma rede de troca de bilhetes-postais ilustrados tradicionais¹⁹. Com perto de 200.000 membros, em 2012, distribuídos por mais de 200 países, o Postcrossing conseguiu a proeza de relançar a cartomania em termos semelhantes aos que motivaram a primeira onda de colecionadores! Particularmente interessante, dada a dimensão já atingida por este movimento, é o facto de ter sido fundado e ser mantido por Paulo Magalhães, um “português nómada” (como o próprio se intitula) da cidade de Braga! Por uma vez, Portugal teve uma palavra a dizer, à escala global no mundo da cartofilia... No que diz respeito especificamente aos tipos de bilhetes-postais ilustrados, que constituíram o enfoque deste trabalho, encontram-se igualmente na Internet muitas fontes de informação, desde sítios, que reportam o progresso e os resultados de projetos de investigação, que começam a merecer o interesse da comunidade académica²⁰, até sítios destinados a catalogar e divulgar a produção dos nossos primeiros editores²¹.

¹⁸ Retirado de: <http://www.postcrossing.com/>

¹⁹ Postcrossing: The Postcard Crossing Project. Retirado de: <http://www.postcrossing.com/>

²⁰ “The Illustrated Postcards. Towards a socio-semiotics of Image and Imaginarium”, projeto financiado pela Fundação para a Ciência e a Tecnologia e desenvolvido pelo Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade da Universidade do Minho. Retirado de <http://postaisilustrados.blogspot.com/>

²¹ Pró-Associação Portuguesa de Cartofilia, BPI Portugueses (sobretudo Porto e Norte de Portugal, c. 1894-1950). Retirado de <http://paginas.fe.up.pt/~jmf/apc/>.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- B. de M. (1906, 12 de novembro). O Bilhete Postal Ilustrado. *Ilustração Portuguesa*, 38, 462-467.
- Benjamin, W. (2004). Desempacotando a minha biblioteca: Uma palestra sobre o colecionador. In *Imagens de Pensamento* (pp. 207-215). Lisboa: Assírio e Alvim.
- Borges, J. P. de A. (1984). *Joshua Benoliel: O Rei dos Fotógrafos*. Dissertação de Mestrado em História da Arte, Faculdade de Ciências Sociais e Humanas, Universidade Nova de Lisboa, Lisboa, Portugal.
- Campos Ribeiro, A. (1968, setembro). O Túnel da Estação de S. Bento. *O Tripeiro*, 9, 281-284.
- Gruner, K. W. (1980). *Postais Antigos Portugueses*. Edição do autor.
- Henriques-Mateus (2009). Portugal na Aventura de Voar, 1: De Gusmão ao ocaso dos balões esféricos (1709-1915), 2: Precusores e aviadores (1909-2009) (2 volumes). *Público*.
- Herzinger, K. A. (1996). Collector. *Mississippi Review*, 20(10). Retirado de <http://www.mississippireview.com/1996/herz-col.html>
- Maia, F. P. S. & Monteiro, I. B. C. (1992, junho). Algumas notas sobre a demolição da igreja de S. Bento da Ave-Maria. *O Tripeiro*, 6, 162-166.
- Martins, M. L. & Correia, M. L. (Eds.) (2014). *Do Post ao Postal*. Famalicão: Húmus. Retirado de <http://hdl.handle.net/1822/35295>
- Martins, M. L. & Oliveira, M. (Eds.) (2011). *Portugal Ilustrado em Postais – Viana do Castelo, Braga, Bragança, Viseu e Portalegre*. Braga: CECS. Retirado de <http://hdl.handle.net/1822/36492>
- Martins, M. L., Oliveira, M. & Bandeira, M. (2011). O “mundo português” da Exposição de 1940 em postais ilustrados. O global numa visão lusocêntrica. *Revista de Comunicação e Linguagens*, 42, 265-278. Retirado de <http://hdl.handle.net/1822/24149>
- Martins, M. L., Oliveira, M. & Correia, M. L. (2013). La carte postale et la représentation des espaces public et intime. *Degrés - Revue de Synthèse à Orientation Semiologique*, 156-157, 1-18. Retirado de <http://hdl.handle.net/1822/41140>
- Martins, M. L., Oliveira, M. & Correia, M. L. (2011). Les images numériques s’imaginent l’archaïque: mettre en perspective les cartes postales. *Sociétés*, 111, 163- 177. Retirado de <http://hdl.handle.net/1822/23808>

- Martins, M. L., Pires, H. & Oliveira, M. (2008). Dos postais ilustrados aos posts nos weblogues: para uma sócio-semiótica da imagem e do imaginário. In M. L. Martins & M. Pinto (Eds.), *Comunicação e Cidadania. Actas do 5º Congresso da SOPCOM* (pp. 2959-2969). Braga: Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade. Retirado de <http://hdl.handle.net/1822/9611>
- Monteiro de Andrade (1962, março/junho). O Convento de Ave-Maria de S. Bento e a Estação Central de Caminhos de Ferro do Porto. *Boletim Cultural do Porto*, XXV, 169-176.
- Putnam, W. L. (2001). *The Kaiser's merchant ships in World War I*. Carolina do Norte: McFarland & Company.
- s.a. (1909, 25 de outubro). A primeira experiência de aviação em Lisboa. *Ilustração Portuguesa*, 8(192), 542-543.
- Sousa, V. de & Jacob, N. (1985). *Portugal no 1.º Quartel do Séc. XX documentado pelo Bilhete Postal Ilustrado*. Bragança: Câmara Municipal de Bragança.

REFERÊNCIAS ELETRÓNICAS

- Blogue do projeto “Os Postais Ilustrados: para uma sócio-semiótica da imagem e do imaginário”, projeto financiado pela Fundação para a Ciência e a Tecnologia e desenvolvido pelo Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade da Universidade do Minho. Retirado de <http://postaisilustrados.blogspot.com/>.
- Postal a Postal, repositório de postais ilustrados, por região abrangida pelo Projeto “Postais Ilustrados. Para uma sócio-semiótica da imagem e do imaginário” (Braga, Viana do Castelo, Viseu, Bragança e Portalegre). Retirado de <http://www.postaisilustrados.uminho.pt/>

OUTRA REFERÊNCIA

- O Postal – Revista mensal dos colecionadores portugueses de Bilhetes Postais Ilustrados*, Rua de Fernandes Tomás 40, Coimbra (junho 1905, folha espécimen, a n.os 8 e 9, fevereiro e março de 1906).

Citação:

- Ferreira, J. M. M. (2017). Porque gostamos de bilhetes-postais ilustrados? In M. L. Martins (Ed.), *Os postais ilustrados na vida da comunidade* (pp. 149-208). Braga: CECS.

OLGA CARNEIRO
olgasc@dep.uminho.pt
COLECIONADORA¹

COLECIONAR POSTAIS ILUSTRADOS

Dado que escrevo este texto na qualidade de colecionadora², a minha prosa vai incidir numa breve caracterização da minha coleção de postais ilustrados antigos de Braga e no modo como se foi constituindo. Numa segunda fase, fará sentido tentar caracterizar o perfil psicológico do colecionador, esse ser tão estranho. Essa segunda parte poderia intitular-se “eu colecionadora me confesso”.

Começando pela coleção, posso dizer que já tem bastantes anos. O seu embrião, e vou explicar mais adiante porque lhe chamo embrião e não coleção, surgiu em 1995, aquando do arranjo da Praça da República, originado pela construção do parque de estacionamento subterrâneo. Quando me apercebi, já quase no fim da obra, da enorme transformação da fisionomia da Praça, tive, como em tantas outras situações similares, a reação: – Que pena, não fotografei antes! Tenho a certeza de que daqui a poucos meses já não me vou lembrar como isto era! Foi então que me ocorreu uma ideia, aparentemente inocente, que veio a meter-me em grandes trabalhos e despesas, pouco tempo depois: – Já sei, vou percorrer os quiosques da zona e comprar postais, com a versão anterior da praça, para mais tarde poder lembrar! E pronto, ainda sem o saber, ali começava mais uma coleção...

Assim foi, comprei postais que retratavam a praça antes da intervenção recente, e ainda outros com versões anteriores. Estes primeiros postais modernos levaram-me, inevitavelmente (porque tenho o tal perfil de colecionador), ao passo seguinte: – Isto é muito interessante! Vou comprar postais antigos de Braga, para poder acompanhar a evolução da cidade nas últimas décadas. Confesso que este foi um momento perigoso para

¹ Departamento de Engenharia de Polímeros da Universidade do Minho

² Este texto serviu de base a uma intervenção da autora num debate sobre os postais na vida da comunidade, no Museu D. Diogo de Sousa, em Braga, no dia 7 de março de 2009. Por essa razão, as pequenas alterações a que foi sujeito não apagam as marcas de discurso oral para que foi originalmente preparado.

quem, como eu, tinha desde miúda predisposição (nem sempre passada à prática, felizmente) para colecionar o que quer que fosse! Numa primeira fase, estas coisas vão acontecendo lentamente, de modo muito racional, pelo que na altura decidi apenas comprar postais bem representativos de locais muito diferentes da cidade. Obviamente, pouco tempo depois, esta vontade de ter retratadas as principais zonas da cidade, através de postais, passou a coleção. Então, a atitude mudou e já tudo servia de pretexto para adquirir mais uma postal. De facto, a maioria destas peças é monocromática, mas algumas foram editadas em cores diferentes. Se tinha o sépia e via um verde, comprava (– Que interessante, em verde ainda não tinha visto!); se tinha um verde e via um sépia, comprava – Curioso, em sépia consegue ser ainda mais bonito!). Passei a comprar tudo o que não tinha, inclusive postais feitos a partir de fotografias, tiradas em instantes sucessivos, com mais um automóvel, menos um automóvel, poucos graus ao lado, etc, etc.

Penso que o leitor começa já a perceber como funciona a mente do colecionador: todas as desculpas são boas para adicionar mais uma peça à coleção.

Apesar desta procura incessante, de mais e mais exemplares, deve ficar bem claro que uma coleção é muito mais do que um amontoado de objetos do mesmo tipo. Quando não passa disso, é um ‘ajuntamento’. Uma coleção tem um tema, tem de reunir exemplares raros (não necessariamente caros, mas, em todo o caso, difíceis de arranjar), tem de ter uma estrutura e estar organizada, tem de ter um fio condutor e estar documentada, e mesmo ser complementada com outros elementos. Assim, o colecionador tem de se especializar, dominar o tema, comprar livros relacionados, guardar recortes de jornal, fotografias, *sites* da internet ... Tudo isto é necessário para se poder avaliar o grau de raridade de uma peça, para perceber o que ilustra, a que época se reporta – dados essenciais para organizar a coleção, e ter uma história para contar quando a mostramos a alguém.

Voltando à evolução da minha coleção, o conceito de “postal diferente”, no início tão claro, foi-se tornando cada vez mais difuso e de interesse incompreensível para as demais pessoas. Foi assim que, de decisão em decisão, em 2008 já reunia cerca de 800 postais antigos de Braga e mais de 600 modernos (compro os modernos, porque daqui a uns anos vão ser antigos...). De facto, o passo seguinte foi alargar a coleção, esquecendo o objetivo inicial de seguir as transformações da fisionomia urbana, passando também a considerar postais que retratassem instituições (por exemplo, o desaparecido Collegio do Espírito Santo, ou os belos interiores do Theatro Circo) e eventos (as Festas do S. João, o Congresso Eucarístico Nacional de 1924, o Congresso Etnográfico e Folclórico de 1956). Mais tarde, alarguei o

meu interesse aos postais ditos comerciais (publicitários), utilizados pelas casas comerciais, serviços e indústrias de Braga na sua própria correspondência. Se no início os achava pouco belos, mais tarde fui-me convencendo (comportamento característico do verdadeiro colecionador!) de que tinham grandes encantos. De facto, estas peças contêm informação riquíssima sobre o tipo de comércio e indústria existentes no início do século XX (por exemplo, permitem concluir que a maior parte das lojas comerciais eram verdadeiras lojas de aldeia, vendendo desde alimentos a materiais de construção) e sobre o modo como se efetuavam as transações (a maioria está escrita com uma caligrafia irrepreensível, com um texto muito elaborado/formal e frequentemente, tudo isto para se negociarem meia dúzia de pregos...). É muito interessante seguir esta evolução dos negócios, não só na especialização que sofreram posteriormente, mas também na simplificação do processo de comunicação com o cliente.

A última 'abertura' da temática da coleção a que cedi foi o Bom Jesus. Apesar de o meu pai ter reunido centenas de postais sobre esta estância, nunca me cativaram muito, pelo facto de o Bom Jesus, felizmente, não ter sofrido grandes alterações no último século. Até ver (!), compro apenas aqueles que me tocam pela sua raridade, postais publicitários dos hotéis, postais mecânicos (com desdobráveis), postais retratando dias de festa... Não tenho a certeza se vou manter esta decisão, e não me admiraria se daqui a algum tempo decidisse começar a comprar tudo sobre o Bom Jesus, Sameiro, Falperra,...

Como é possível constatar, o espectro da coleção vai alargando, principalmente quando começamos a sentir dificuldades em arranjar novos exemplares. É que, para quem não saiba, o fluxo de entrada tem de ter alguma continuidade, caso contrário, o colecionador desmotiva e pode abandonar a coleção...

Sem grande esforço, a conversa vai mesmo prosseguir com a caracterização do perfil psicológico do colecionador, esse ser tão estranho. Vou falar de mim, obviamente, mas julgo não me enganar muito ao pensar que a maior parte das coisas que vou dizer se aplica à generalidade dos colecionadores, seja qual for o objeto da sua coleção.

Acho que o colecionador tem uma personalidade específica e que, por isso, se pode considerar anormal, no sentido lato de "ser diferente do comum dos mortais". Tem um mundo mágico, que só é mágico para si, onde de vez em quando entra e fica absorto. Vê e revê a sua coleção cada vez que lhe adiciona mais uma peça, procura incessantemente mais exemplares e o melhor modo de os organizar. Adquire uma perspicácia única. Vê o que mais ninguém vê e aprende a apreciar o que mais ninguém aprecia.

Uma coleção faz-se com paixão, com tempo e dedicação. Quantas horas, de prazer, gastas na procura de um novo postal entre centenas; quantas horas, divertidas, à procura de uma referência que permita identificar uma imagem retratada num postal: nos livros, a deambular pela cidade com um postal na mão, à procura de uma fachada, de um detalhe, de uma pista...

Penso que os não colecionadores chegam a ter pena de nós, por gastarmos tanto do nosso tempo, energia e dinheiro numa coisa tão sem graça (para eles, claro!). Só outro colecionador nos entende, embora, mesmo assim, ache que apenas parcialmente. De facto, penso que um filatelista é capaz de achar um desperdício alguém gastar tanto tempo, energia e dinheiro a fazer uma coleção de postais. Com tudo isto, pensa, já podia ter uma razoável coleção de selos! Ou seja, ninguém nos entende completamente, a não ser que coleccione exatamente a mesma coisa.

No entanto, e para que isto não fique muito desequilibrado, devo dizer que o colecionador também faz juízos de valor sobre o não-colecionador. Aí, é a nossa vez de sentirmos pena: – Coitado, sem uma única coleção! Como se entreterá? Como passará os dias de chuva? Não tem acesso ao mundo mágico!

Não quero ser maçadora, nem tão pouco aumentar a certeza de algum psicólogo, de que um colecionador é uma pessoa que precisa de ajuda... Para terminar, gostava apenas de referir o terrível dilema do colecionador.

Por um lado, uma coleção tem de ser difícil de construir. Na minha idade, por exemplo, já não basta uma coleção de cromos: sabe-se, à partida, que se vai completar e que vai ser igual a milhares de outras. Deve dar luta, ser diferente, obrigar a estudar e, se possível, ser única. No entanto, não pode ser demasiado difícil (em termos de disponibilidade de exemplares ou custo dos mesmos), pois há a tal condição essencial da continuidade relativamente ao fluxo de entrada... Neste momento, o meu objetivo é ter todos, mas mesmo todos, os postais mais raros de Braga. É essa a minha motivação.

Agora, o reverso da medalha, o horror do colecionador: – E se eu consigo mesmo ter tudo? Nesse caso, deixo de colecionar postais, certo? Pois é... Foi o que me aconteceu com a coleção de selos de Portugal: acabou, está feita, perdeu o interesse!

Acabo, assim, com este conflito interessante: o motor de uma coleção é exatamente aquilo que, mais cedo ou mais tarde, a vai aniquilar. É estranho, não acham?

Citação:

Carneiro, O. (2017). Colecionar postais ilustrados. In M. L. Martins (Ed.), *Os postais ilustrados na vida da comunidade* (pp. 209-212). Braga: CECS.

CLARISSE PESSÔA

clarisse.amp@gmail.com

**CENTRO DE ESTUDOS DE COMUNICAÇÃO E SOCIEDADE
(CECS), UNIVERSIDADE DO MINHO**

OS POSTAIS ILUSTRADOS COMO FERRAMENTA DO MARKETING E DA PROMOÇÃO DO TURISMO

INTRODUÇÃO

Desde o seu aparecimento, e apesar do avanço tecnológico ocorrido nos meios de comunicação em geral, os postais ilustrados destacam-se como forma de comunicar e tiveram, sem dúvida, um papel importante na construção da história da comunicação.

Com a evolução tecnológica tornou-se mais frequente a utilização dos cartões postais eletrónicos, mas isso não altera a natureza dos postais ilustrados, visto que aquilo que os caracteriza enquanto postais continua a ser uma escrita breve, ancorada em imagens ilustrativas, etnográficas, geográficas ou publicitárias.

Atualmente, os postais ilustrados mantêm uma importante presença como objeto fixador de memórias ou como relíquias para colecionadores. Mas têm, por outro lado, uma função promocional, apresentando-se como uma ferramenta indispensável ao marketing turístico e cultural, assim como à publicidade.

Em suma, o estudo da evolução dos postais ilustrados pode ser uma forma de compreender o desenvolvimento e a evolução de importantes ferramentas ao serviço da comunicação, tais como a imprensa escrita, a publicidade e o marketing.

ENQUADRAMENTO HISTÓRICO DO POSTAL ILUSTRADO

O bilhete postal é a graça, o sorriso, a banalidade e o perfume, postos ao serviço da saudade, do negócio, da sociabilidade e do amor. (A. de C., 1917)

A história mostra que o postal ilustrado foi criado com propósitos fundamentalmente comunicativos. Relativamente ao aparecimento dos primeiros postais ilustrados oficiais, a literatura indica que a primeira proposta de oficialização do bilhete-postal ocorreu em 1865, no V Congresso Postal em Paris, e em 1869 foi admitida a sua circulação enquanto formato legítimo de difusão de mensagens. Em Portugal, tudo indica que a autorização ocorreu em outubro de 1877, e os primeiros postais ilustrados começaram a ser comercializados quatro meses depois. Contudo, a vulgarização desta ferramenta deu-se apenas na última década do século XIX, devido à ânsia de circulação de imagens, que caracterizou a viragem para o século XX, bem como o seu custo reduzido.

Este custo reduzido devia-se ao facto de já virem pré-estampados (não precisavam de selo) e de não necessitarem de invólucro, ao contrário do que acontecia com a carta. Entretanto, apesar dos postais ilustrados terem sido criados como um modelo alternativo à carta, exibiam o mesmo formato e dimensão do envelope, assim como eram as mesmas as formalidades da escrita inerentes ao formato de carta (Wolowski citado em Pereira, 2009).

Devido ao carácter físico dos postais ilustrados e da particularidade de poderem circular sem a proteção dos envelopes, pode-se dizer que o privado passou à esfera pública. A mensagem íntima e privada da carta, protegida pelo envelope, passou a ser do conhecimento de todos, o que causou, num primeiro momento, uma certa estranheza (Rogan citado em Pereira, 2009). No entanto, como se pode deduzir pela história dos postais ilustrados, isto não foi de todo um obstáculo para o sucesso deste modelo epistolar: “ao fim de uma semana ou duas, depois de ter atravessado mares e precipícios, vindo de mão em mão, decifrado ou traduzido no caminho pela curiosidade de todos os intermediários, chega ao seu destino discreto, galante e comovido” (A. de C., 1917).

Na realidade, o sucesso do postal ilustrado foi quase instantâneo. Sobretudo nas duas primeiras décadas do século XX, o postal ilustrado foi difundido com grande afinco, o que fez deste período uma fase emblemática da história dos postais. As suas edições multiplicaram-se por todo o mundo, aproveitando o grande desenvolvimento das artes gráficas e, mais especificamente, das técnicas de impressão de imagens.

O baixo custo dos postais, a sua versatilidade temática e o desenvolvimento das técnicas de impressão de imagens fizeram com que também a publicidade reconhecesse o potencial dos postais ilustrados como ferramenta na comunicação de mensagens comerciais.

Os temas retratados nos postais ilustrados foram, desde o início, de natureza variada: documentavam paisagens, assinalavam datas, acontecimentos importantes, produziam conteúdo de carácter político e até mesmo caricatural e brejeiro. Atualmente, embora sirvam quase exclusivamente propósitos de promoção turística, os postais continuam a ilustrar retratos da vida rural e urbana, da atividade profissional, da etnografia e da arquitetura. A nível nacional, apesar de só a partir de 1931 haver registo sistematizado e rigoroso das edições de postais ilustrados, é de se notar que estas produções constituem um grupo bastante rico a nível histórico, cultural e social.

○ PODER DA IMAGEM SOBRE A MENSAGEM

O período entre 1895 e 1920, designado como “Era Dourada” do postal, foi marcado pela edição desenfreada de postais ilustrados. A proliferação de postais deveu-se, por um lado, a uma grande demanda por parte do consumidor, e, por outro, ao facto de o avanço tecnológico das artes gráficas permitir uma produção em grande escala, que poderia responder às necessidades do mercado. Estima-se que neste período tenham sido produzidos e vendidos cerca de 300 mil milhões de postais ilustrados (Rogan citado em Pereira, 2009). Sedenta de lucro, a indústria estimulava continuamente o colecionismo através de estratégias de marketing, que mantinham aceso o interesse do consumidor (Willoughby citado em Pereira, 2009).

Pode-se dizer que com a reprodução em grande escala, o carácter epistolar do postal ilustrado foi perdendo força. Apesar de continuar a circular com mensagens, pessoais, informais e individualizadas, o postal viu diminuída, com o tempo, a sua função epistolar. Isto foi verificado pela análise de Rogan a milhares de coleções remanescentes da “Era Dourada”, tendo este investigador concluído que 50% dos exemplares desta época não haviam sido escritos nem enviados (Rogan citado em Pereira, 2009).

Foi a prevalência da imagem sobre o conteúdo descrito na mensagem a responsável pela modificação definitiva do *design* do postal, entre 1902 e 1907. Assim, a frente do postal passou a ser dividida por uma linha vertical, que separava a mensagem do endereço e selo, e a parte de trás ficou exclusivamente destinada à imagem. Por esta razão é que ocorreu a inversão de lados dos postais: o lado da imagem passou a ser a frente e o da mensagem passou a ser a parte de trás. No fundo, pode dizer-se que a imagem assumiu o papel principal, deixando a mensagem como apenas um figurante (Rogan citado em Pereira, 2009).

A CULTURA VISUAL DO POSTAL ILUSTRADO

Os postais ilustrados pertencem inegavelmente à história da comunicação, sendo uma das primeiras formas de imagem, fixada em papel industrialmente produzido. Estão também estreitamente relacionados com o desenvolvimento das tecnologias da informação, uma vez que serviram de base concetual para a sua criação. Podemos dizer, assim, que as potencialidades do postal ilustrado estão na origem da vulgarização da escrita informal, de caráter interpessoal.

Apesar de ilustrar lugares, peças arquitetónicas, hábitos culturais e outros aspetos das populações, alguns investigadores creem que o postal ilustrado tem para as pessoas um significado muito mais profundo do que a mera ilustração estática da história da sociedade. O postal ilustrado apresenta-se de tal forma embutido no imaginário humano que figura, de uma maneira singular, a produção de um ponto de vista sobre o real, tendo deste modo grande relevância para o entendimento do processo de produção do sentido na interação humana, e também para a história dos média, sendo todavia um meio menor (Martins, Pires & Oliveira, 2008; Martins & Correia, 2014).

Entre a ilustração rudimentarmente gravada nos postais e a imagem de natureza digital está pouco mais de um século, durante o qual várias transformações profundas ocorreram nos modos de comunicação. Entretanto, a imagem, característica dos postais ilustrados, continua presente na sociedade atual. Pode-se dizer, inclusive, que é soberana numa sociedade marcada pelo avanço tecnológico dos meios digitais (Martins, 2011).

Como o ecrã no cinema e o monitor nos computadores, o postal constitui uma espécie de janela para o mundo. Ele permite a imobilização visual de lugares, culturas, sociedades e contextos históricos específicos, e na imagem por si reproduzida está expressa a imagem que uma dada cultura tem de si própria. Desta forma, importa analisar as imagens ilustrativas dos postais como forma de construção da auto-imagem de uma cultura para a compreensão da sociedade atual (Martins, Pires & Oliveira, 2008; Martins & Oliveira, 2011).

POSTAL ILUSTRADO NO ÂMBITO DO MARKETING E DA PUBLICIDADE

O marketing é geralmente definido como uma ferramenta utilizada com o objetivo de fazer com que um determinado produto/serviço tenha um valor simbólico de tal maneira relevante para o consumidor que o faça

optar por ele, em vez de recorrer ao da concorrência, estabelecendo-se assim uma troca de benefício mútuo. Para criar este valor simbólico, o Marketing procura compreender as necessidades e os desejos do consumidor e adaptar os produtos/serviços de forma a responder às suas necessidades (Kotler & Armstrong, 2007).

Neste sentido, o marketing traça a sua estratégia orientada para o consumidor, tendo em atenção quatro princípios fundamentais: preço, distribuição, produto e promoção (Kotler & Armstrong, 2007). A promoção vai combinar diversas técnicas de comunicação, dentre as quais podemos identificar a utilização dos postais ilustrados. Ao escolher estrategicamente as imagens divulgadas pelos postais ilustrados, de modo a passar uma mensagem comercial aos possíveis compradores, o marketing e, particularmente a publicidade, conferiram a esta ferramenta de comunicação, que anteriormente tinha um papel meramente epistolar e ilustrativo, um papel de promoção de um determinado bem, produto ou serviço.

O POSTAL ILUSTRADO ENQUANTO FERRAMENTA DO MARKETING DE TURISMO¹

O turismo pode ser considerado como um sistema dinâmico de produção, distribuição e consumo de imagens, imaginários e sonhos (Reimer, 1990; Tresidder, 1999)

Numa sociedade marcada pela competição e pela busca da criação de valor simbólico superior ao da concorrência, para atrair turistas e promover o seu desejo de viajar, encontramos imagens cobertas de clichés e idealizações redutoras. Os meios de comunicação, que apresentam a iconografia dos destinos turísticos, acabam, muitas vezes, por mascarar a realidade de uma determinada sociedade, hiperbolizando-a, com o exagero dado pelas belas imagens.

As imagens turísticas têm um papel mediador entre os anfitriões e os convidados e, com a ajuda da estratégia do marketing, servem para vender locais de destino turístico, através da elaboração de um imaginário feérico. As imagens turísticas moldam os produtos turísticos como se aquela fosse a realidade do mundo e motivam o consumo do conhecimento cultural através de viagens. Os postais ilustrados têm aqui uma função essencial, dado que são um fixador de recordações, comunicam sentimentos e reforçam os

¹ Secção baseada em <http://www.pasosonline.org/Publicados/pasosoedita/PSEditaz.pdf>

laços sociais, criando não só um valor de mercado, mas também um valor simbólico e de troca. Pode dizer-se que são um produto de massas, que responde às necessidades e desejos do turista típico.

Não obstante, enquanto meio de comunicação, os postais ilustrados permitem a circulação de signos e significados, a fixação de momentos e a troca de emoções. No âmbito específico dos postais de promoção turística, são utilizados como um objeto-documento e também como um objeto-mensagem, ou um objeto-forma. Nestas duas últimas perspetivas, o uso turístico do postal converte-o num elemento importante da cultura turística e das suas performances rituais.

O seu custo permite chegar a públicos de diferentes camadas económicas e ter um valor democrático, na obtenção da imagem de uma realidade, sempre em permanente mutação. As suas imagens refletem identidades sócio-espaciais e contribuem para a construção da ideia de paisagem como atração do olhar turístico.

No seu uso como *souvenir*, os postais turísticos representam uma recordação, um sentimento ou uma experiência. Representam, ainda, uma recordação inventada/configurada para aqueles que nunca ali estiveram, mas que podem, deste modo, visualizar o local.

Sendo uma espécie de confirmação de presença, os postais, que se convertem em signos e símbolos, demonstram a vida turística e fotografam as experiências dos viajantes.

Por fim, pode-se referir que os postais ilustrados, enquanto ferramenta do marketing e, mais especificamente, do marketing de turismo, têm o poder de evocar e de recriar memórias, fisicalizar as emoções e contribuir para a institucionalização da paisagem como um elemento da construção do olhar, sendo, ainda, um instrumento de motivação para a venda de uma experiência num determinado local.

A IMAGEM TURÍSTICA DA CIDADE DE BRAGA

A cidade de Braga, capital do distrito, tem mais de 2000 anos de história. Está situada na Região Norte e sub-região do Cávado. O concelho, com cerca de 184 km², encontra-se dividido por 62 freguesias.

No contexto de políticas sub-regionais de desenvolvimento e de mobilidade, Braga é sede da Grande Área Metropolitana do Minho (GAM), a terceira maior do país. Constituída por 14 concelhos, a GAM contabiliza cerca de 800 000 habitantes.

Talvez o principal centro religioso do país, a cidade é conhecida pelas suas igrejas barrocas, esplêndidas casas do século XVIII, jardins e parques elaborados².

METODOLOGIA DO ESTUDO

Este estudo centrou grande parte da sua análise na ferramenta de investigação primária, criada pela equipa de um projeto de investigação do Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade, da Universidade do Minho, denominado de “Postais Ilustrados: para uma sócio-semiótica de imagem e do imaginário”, tendo como investigador responsável Moisés de Lemos Martins³.

A ferramenta de investigação primária consiste numa base de dados quantitativa, que pretende estudar, de forma comparativa, os postais ilustrados de várias regiões do país – desde 1874 até os dias de hoje –, através de parâmetros pré-estabelecidos. Para isso, foram inseridos cerca de três mil postais ilustrados, numa base de dados com formato de formulário *online* que dá conta de características específicas⁴ (Martins, Pires & Oliveira, 2008).

ANÁLISE DOS DADOS

O estudo em questão visou a comparação dos postais ilustrados de Braga, a partir dos motivos gerais estabelecidos, com o objetivo de tentar perceber de que forma a cidade se tem promovido ao longo dos tempos, que tipo de imagens são retratadas com mais frequência, e como o marketing de turismo tem sido exercido nesta cidade em específico, através dos postais ilustrados.

Foram inseridos, nomeadamente, 1166 postais de Braga na referida base de dados. Estes foram divididos, essencialmente, por três grandes motivos: “espaços urbano/rural e arquitectura”; “natureza e paisagem”; “religião e culto”; “política e Estado”; “sociedade e quotidiano”; “artes e cultura”; “publicidade e comércio”; “humor e caricatura”; “outros”.

² Retirado de www.cm-braga.pt

³ Projeto “Postais Ilustrados. Para uma sócio-semiótica da imagem e do imaginário”. Retirado de <http://postaisilustrados.blogspot.pt/>

⁴ Postal a Postal, repositório de postais ilustrados, por região abrangida pelo Projeto “Postais Ilustrados. Para uma sócio-semiótica da imagem e do imaginário” (Braga, Viana do Castelo, Viseu, Bragança e Portalegre). Retirado de <http://www.postaisilustrados.uminho.pt/>

No entanto, relativamente aos postais de Braga, apenas três dos motivos gerais foram destacados, e “espaços urbano/rural e arquitetura” foi o motivo claramente dominante, integrando 881 postais dos 1166 totais da cidade (note-se que mais de metade dos espaços apresentados foram de carácter religioso). Outros dois motivos marcantes foram “sociedade e quotidiano”, apresentando 89 postais, e “publicidade e comércio”, apresentando 93 postais.

CONSIDERAÇÕES SOBRE OS RESULTADOS OBTIDOS

A partir dos resultados obtidos, pode-se constatar que apesar de a publicidade comercial ter tido alguma importância ao longo dos tempos, o objetivo geral da concepção do postal ilustrado, em termos de marketing, aponta para a promoção das cidades através do marketing de turismo. As características marcantes da cidade são mostradas através de belas imagens e os costumes do povo retratados numa espécie de teatro da realidade.

CONCLUSÕES

Em suma, pode-se dizer que esta análise funciona apenas como uma base inicial para um estudo aprofundado e por isso não pode ser generalizada. Não obstante, é preciso reter que o estudo dos postais ilustrados está inevitavelmente relacionado e intrinsecamente ligado com a história da comunicação e dos média, assim como com a importância que estas ferramentas têm tido para o desenvolvimento da sociedade.

Os postais ilustrados continuam a funcionar como um instrumento fixador de memórias e, apesar dos avanços tecnológicos, é uma ferramenta relevante para a comunicação em geral e especificamente para o marketing de turismo.

Mesmo nos dias de hoje, as pessoas compram os postais ilustrados com a finalidade de guardar as recordações e emoções vividas num determinado local, algures no tempo, ou até mesmo para colecionar experiências e vivências alheias.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- A. de C. (1917, 5 de dezembro). O bilhete postal. *A Ilustração Portuguesa*, 572, 104-105.

- Kotler, P. & Armstrong, G. (2007). *Princípios do Marketing*. São Paulo: Editora Prentice Hall.
- Martins, M. L. (2011). *Crise no Castelo da Cultura. Das Estrelas para os Ecrãs*. Coimbra: Grácio Editor. Retirado de <http://hdl.handle.net/1822/29167>
- Martins, M. L. & Correia, M. L. (Eds.) (2014). *Do Post ao Postal*. Famalicão: Húmus. Retirado <http://hdl.handle.net/1822/35295>
- Martins, M. L. & Oliveira, M. (Eds.) (2011). *Portugal Ilustrado em Postais - Braga, Bragança, Portalegre, Viana do Castelo, Viseu*. Braga: CECS/UM/FCT. Retirado de <http://hdl.handle.net/1822/36492>
- Martins, M. L. Pires, H. & Oliveira, M. (2008). Dos postais ilustrados aos posts nos weblogues: para uma sócio-semiótica da imagem e do imaginário. In M. L. Martins & M. Pinto (Eds.), *Comunicação e Cidadania. Actas do 5º Congresso da SOPCOM* (pp. 2959-2969). Braga: Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade. Retirado de <http://hdl.handle.net/1822/9611>
- Pereira, M. (2009). *Cultura à vista: O Postal Ilustrado como estratégia de promoção das Artes e da Cultura*. Tese de Mestrado, Universidade do Minho, Braga. Retirado de <http://hdl.handle.net/1822/41013>

REFERÊNCIAS ELETRÓNICAS

- Projeto “Postais Ilustrados. Para uma sócio-semiótica da imagem e do imaginário”. Retirado de: <http://postaisilustrados.blogspot.pt/>
- Postal a Postal, repositório de postais ilustrados, por região abrangida pelo Projeto “Postais Ilustrados. Para uma sócio-semiótica da imagem e do imaginário” (Braga, Viana do Castelo, Viseu, Bragança e Portalegre). Retirado de: <http://www.postaisilustrados.uminho.pt/>
- <http://www.pasosonline.org/Publicados/pasosoedita/PSEdita2.pdf>
- CM Braga - www.cm-braga.pt

Citação:

- PessóA, C. (2017). Os postais ilustrados como ferramenta do Marketing e da promoção do turismo. In M. L. Martins (Ed.), *Os postais ilustrados na vida da comunidade* (pp. 213-221). Braga: CECS.

HENRIQUE BARRETO NUNES

hbnunes13@gmail.com

BIBLIOTECÁRIO¹

OS BILHETES-POSTAIS ILUSTRADOS NAS BIBLIOTECAS

O TRATAMENTO TÉCNICO DOS POSTAIS ILUSTRADOS

Tradicionalmente nas coleções bibliográficas e documentais das grandes bibliotecas (nacionais e patrimoniais, por exemplo), existe uma “Secção de Iconografia”, que reúne documentos que reproduzem imagens impressas sobre papel.

Nas coleções de iconografia incluem-se gravuras e estampas, registos de santos, postais ilustrados, fotografias, *ex-libris*, e mais recentemente calendários, autocolantes, marcadores de livros e outros documentos similares.

Hoje em dia, de acordo com a mais recente terminologia técnica, denominam-se coleções de material não livro.

Nas “Regras de Catalogação”, em uso nas bibliotecas portuguesas, a iconografia é tratada como material gráfico.

A catalogação permite identificar, descrever e localizar um documento numa determinada instituição, dando origem ao que podemos designar como o seu bilhete de identidade. Sem a descrição dos recursos de informação fica comprometida a recuperação dos documentos pretendidos e a sua utilização e exploração intelectual.

Assim, nas bibliotecas, através dos seus catálogos ou bases de dados, é possível conhecer-se as espécies que possuem, assim como aceder aos documentos que as integram e à informação que veiculam.

Até há bem pouco tempo, essa informação era materializada nas fichas catalográficas, que davam origem aos catálogos convencionais, ainda em uso em muitas bibliotecas, sobretudo nas mais antigas.

Atualmente as bases de dados bibliográficas substituíram aquele tradicional suporte de informação, tornando possível que, recorrendo à informática, o seu acesso se torne universal.

¹ Diretor da Biblioteca Pública de Braga – Universidade do Minho, durante mais de trinta anos

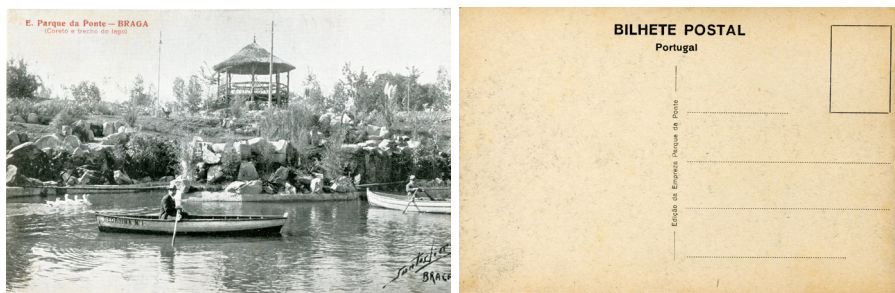
As Regras Portuguesas de Catalogação, baseadas em normas internacionalmente consagradas, permitem, assim, a descrição e acesso aos recursos bibliográficos existentes nas nossas bibliotecas.

Vamos ver como se pode fazer o tratamento, a recuperação e a difusão da informação, relativamente ao postal ilustrado.

Consideramos o postal ilustrado como uma unidade ou suporte de informação, constituído pelo rosto (zona ilustrada com fotografias, desenhos ou mesmo textos, logótipos, publicidade, etc.) e verso (zona destinada à indicação do destinatário, por vezes do remetente, onde se pode colocar uma mensagem ou missiva e apor o selo do correio que vai permitir a sua circulação).

São pois estas as fontes de informação essenciais para a sua descrição bibliográfica:

- o rosto, que normalmente possui uma legenda, a qual funciona como título e referências à autoria (assinatura do fotógrafo, do ilustrador, etc.);
- o verso, onde pode repetir-se essa legenda e, normalmente, além da designação de bilhete postal ou postal ilustrado, aparecem-nos referências ao local de edição, editor, data, autor da fotografia ou desenho, razão da publicação, etc.



Figuras 1 e 2: Postal ilustrado Braga — Parque da Ponte (frente e verso)

Nas Regras de Catalogação a descrição bibliográfica do postal ilustrado encontra-se na parte 1, secção D-8, dedicada ao material gráfico e, de acordo com as Regras, essa descrição apresenta-se organizada por zonas, com espaçamentos e pontuação específicos, que vou caracterizar muito sumariamente, servindo-me como exemplo o postal reproduzido (Figuras 1 e 2).

ZONA DE TÍTULO E MENÇÃO DE RESPONSABILIDADE

O título próprio é o que aparece na legenda BRAGA, porque quando fazemos a descrição optamos pela referência geográfica mais genérica, mesmo que haja informação de outro título, ou subtítulo, como sucede neste caso: “Braga: Parque da Ponte: coreto e trecho do lago” (material gráfico).

As palavras que surgem entre parênteses retos referem-se à designação genérica do tipo de recurso bibliográfico.

A menção da responsabilidade é relativa a pessoas ou coletividades que desempenham as funções mais importantes na criação ou produção do item gráfico: no caso do postal ilustrado podemos considerar, em especial, os fotógrafos ou desenhadores / fotografia de Santos Lima.

Muitas vezes vamos buscar essa autoria às assinaturas que aparecem nessas fotografias ou desenhos, como é o caso deste exemplo, ou então ao verso do postal.

ZONA DE PUBLICAÇÃO, DISTRIBUIÇÃO, ETC. (PÉ DE IMPRENSA)

Aqui indica-se o local de edição, o editor e ou distribuidor e a data:

– Braga: Empresa do Parque da Ponte, (1927?).

A data, se não vem expressa, pode ser apresentada, por aproximação, através do carimbo, mensagem, obras de referência, bibliografias, etc.

Neste caso, apenas podemos indicar que é de cerca de 1927, pois foi nesse ano que foi concluída a obra do lago do Parque da Ponte (informação recolhida na bibliografia de história local).

ZONA DE DESCRIÇÃO FÍSICA (COLAÇÃO)

Permite-nos descrever as características físicas do documento, as dimensões, etc.

– 1 postal ilustrado : p&b ; 9x14 cm.

P&b refere-se a preto e branco. Se fosse, colorido utilizar-se-ia a abreviatura *color*.

ZONA DE COLEÇÃO (SÉRIE)

Muitos postais inserem-se em coleções, com numeração, que devem ser indicadas:

– (Col.; 5)

No caso deste postal (Figuras 1 e 2), não temos coleção expressa.

ZONA DE NOTAS

Esta zona permite-nos esclarecer e ampliar a descrição formal, que acaba de ser feita, e pode revestir-se de grande interesse, se tomarmos em conta o conteúdo da missiva, o seu autor ou o destinatário.

A informação completa-se com a classificação, de acordo com as tabelas da CDU (Classificação Decimal Universal)

908 (469.112) "19" (084.0), o que significa
Monografia Braga séc.20 postal

E com a indexação, recorrendo a descritores previamente definidos, que nos permitem conhecer os conteúdos do documento, os assuntos de que trata (descritores geográficos, onomásticos, temáticos, etc.).

Tal depende da especificidade, da minúcia da informação que se pretende transmitir. Neste caso, podemos referir: Braga, barcos, coretos, parques públicos, trajas, etc.

Vamos assim criar diversos *pontos de acesso* aos catálogos informatizados, que nos fornecem uma informação pormenorizada sobre o documento e o seu conteúdo.

A descrição deste postal (Figuras 1 e 2) surgiria, deste modo, no catálogo ou na base de dados de uma biblioteca:

Braga : Parque da Ponte : coreto e trecho do lago (material gráfico) / fotografia Santos Lima. – (Braga) : Empreza do Parque da Ponte, (1927?). – 1 postal ilustrado : p&b ; 9x14 cm.

CDU 908(469.112)"19"(084.0)

1 – Braga, Parque da Ponte. 2 – Barcos. 3 – Parques públicos

OS POSTAIS ILUSTRADOS NAS BIBLIOTECAS PORTUGUESAS

Os postais dão entrada nas principais bibliotecas, através do Depósito Legal (naquelas que dele beneficiam, embora se registem imensas falhas), e por compra, oferta, doação ou permuta.

Não tem tido grande fortuna o tratamento dos Postais Ilustrados nas grandes bibliotecas portuguesas, pelo menos naquelas que têm os seus catálogos em linha.

A Biblioteca Nacional inclui os seus postais ilustrados na Secção de Iconografia, tendo organizado a sua coleção de 28 000 espécies em 1975. Mas, ao consultarmos o catálogo, não encontramos a descrição bibliográfica das espécies que constituem essa coleção.

A Biblioteca Geral da Universidade de Coimbra, no seu sítio, apenas refere a existência de uma coleção de postais, mas não os conseguimos localizar.

A Biblioteca Pública Municipal do Porto não tem sítio, mas sabemos que possui mais de 20 000 postais ilustrados.

A Biblioteca Pública de Évora não os refere e o mesmo se passa em relação à Biblioteca Pública de Braga, que até agora nunca os inventariou ou catalogou, devendo possuir cerca de 4000 (300 de Braga), em ficheiros metálicos, organizados de forma muito simplificada, por critérios geográficos ou temáticos (livro e leitura, publicidade, acontecimentos). Nalguns dos espólios que conserva (Victor de Sá ou Miranda de Andrade) existem postais, que são numerosos e variados nos 12 álbuns fotobiográficos, que lhe foram oferecidos pelo professor e desportista Manuel Ribeiro “Cabeça Negra”.

Quanto à edição impressa de catálogos, devemos referir dois da Biblioteca Pública Municipal do Porto sobre postais ilustrados antigos (até 1930), existentes nas suas coleções: um relativo ao Porto (1986) e outro ao Norte do país (1988).

Também a Biblioteca Municipal de Barcelos editou um catálogo dos seus postais antigos, em 1994.

A Biblioteca Nacional organizou, em 1977, uma exposição intitulada “Lisboa nos princípios do século”, baseada na sua coleção de postais ilustrados, de que publicou o respetivo catálogo.

Estas bibliotecas têm recorrido, muitas vezes, aos postais para as suas exposições sobre a vida local, autores, acontecimentos, efemérides, património cultural, etc.

Diversas câmaras municipais têm editado publicações sobre os postais ilustrados da localidade (Caminha e Viana do Castelo, por exemplo), bem como associações de Defesa do Património (ASPA, em Braga, 1979, que foi pioneira, e ADERAV, em Aveiro, 1984).

Com o desenvolvimento da cartofilia, e mercê do trabalho de J. M. Silva Passos, diversas editoras comerciais, com destaque para a Caminho, resolveram apostar nestas publicações, em muitos casos transmitindo apenas um simples olhar nostálgico sobre o passado (como sucede em relação às antigas colónias portuguesas), noutros casos, organizados tematicamente, carecendo todavia de estudos complementares.

Por essa razão, a bibliografia portuguesa sobre o tema é escassa, sendo verdade que o projeto do Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade da Universidade do Minho sobre postais ilustrados, lançado em 2007, tem dado um novo rumo à investigação neste domínio².

² Consultar o blogue do Projeto: “Postais Ilustrados. Para uma sócio-semiótica da imagem e do

Voltando ao caso português, com o lançamento da Rede Nacional de Bibliotecas Públicas, muitas bibliotecas municipais apostaram na criação do Fundo Local.

Sendo estas bibliotecas o centro local de informação e a porta de acesso ao conhecimento de uma comunidade, o seu designado Fundo Local procura reunir todo o tipo de documentação e publicações, referentes à localidade que serve, o que é um verdadeiro serviço público.

Com mais rigor, podemos definir o Fundo Local como um conjunto organizado de espécies documentais, qualquer que seja o seu suporte (impressas, multimédia e audiovisuais), produzidas por uma comunidade ou com ela relacionadas, que se referem aos mais variados aspetos da sua vida, história e atividades.

Assim, o Fundo Local engloba documentos sobre a história, o urbanismo, a política, a economia, a sociedade, as instituições, a vida religiosa, as atividades associativas e sindicais, culturais e desportivas, as artes e as letras, as personalidades, etc. de uma determinada comunidade e ainda sobre a geografia, a geologia, a fauna e a flora da região em que ela está inserida.

De uma maneira geral será a documentação que respeita ao seu Património Cultural e Natural, mas também que reflita o quotidiano dessa comunidade.

Compete à Biblioteca Municipal recolher, tratar, conservar, explorar e difundir toda essa documentação, nos seus diferentes tipos de suporte, tornando-a acessível a toda a população.

Os postais ilustrados, nesta perspetiva, ocupam um lugar privilegiado nas coleções dessas bibliotecas.

Como vimos, os postais podem retratar paisagens, pessoas, acontecimentos, etc. E que mundo de informação contêm! As alterações urbanas, os edifícios desaparecidos ou transformados, a iluminação e os transportes públicos, o vestuário e os penteados, as poses, o desporto e os espetáculos, a publicidade, enfim a memória visual de muitos aspetos e épocas da vida de uma comunidade estão aí conservados.

imaginário": <http://postaisilustrados.blogspot.pt/>. E também o repositório de postais ilustrados, organizado pelos investigadores do projeto: <http://www.postaisilustrados.uminho.pt/>. De entre as publicações do projeto, refiro as seguintes: Martins & Correia. (Eds.) (2014). *Do Post ao Postal*; Martins & Oliveira (Eds.) (2011). *Portugal Ilustrado em Postais – Viana do Castelo, Braga, Bragança, Viseu e Portalegre*; Martins, Oliveira & Correia (2013), *La carte postale et la représentation des espaces public et intime*; Martins, Pires & Oliveira (2008), *Dos postais ilustrados aos posts nos weblogs: para uma sócio-semiótica da imagem e do imaginário*.

Por estas razões, as bibliotecas municipais têm reunido e organizado coleções de postais ilustrados, que utilizam, não apenas em exposições, estudos locais, monografias e publicações periódicas, como também no apoio à investigação, como tem sido o caso em relação a este estimulante projeto.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Martins, M. L. & Correia, M. L. (Eds.) (2014). *Do Post ao Postal*. Famalicão: Húmus. Retirado de <http://hdl.handle.net/1822/35295>
- Martins, M. L. & Oliveira, M. (Eds.) (2011). *Portugal Ilustrado em Postais – Viana do Castelo, Braga, Bragança, Viseu e Portalegre*. Braga: CECS. Retirado de: <http://hdl.handle.net/1822/36492>
- Martins, M. L., Oliveira, M. & Correia, M. L. (2013). La carte postale et la représentation des espaces public et intime. *Degrés - Revue de Synthèse à Orientation Semiologique*, 156-157, 1-18. Retirado de <http://hdl.handle.net/1822/41140>
- Martins, M. L., Pires, H. & Oliveira, M. (2008). Dos postais ilustrados aos *posts* nos weblogues: para uma sócio-semiótica da imagem e do imaginário. In M. L. Martins & M. Pinto (Eds.), *Comunicação e Cidadania. Actas do 5º Congresso da SOPCOM* (pp. 2959-2969). Braga: Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade. Retirado de <http://hdl.handle.net/1822/9611>

REFERÊNCIAS ELETRÓNICAS

- Blogue do Projeto “Postais Ilustrados. Para uma sócio-semiótica da imagem e do imaginário”. Retirado de <http://postaisilustrados.blogspot.pt/>
- Postal a Postal, repositório de postais ilustrados, por região abrangida pelo Projeto “Postais Ilustrados. Para uma sócio-semiótica da imagem e do imaginário” (Braga, Viana do Castelo, Viseu, Bragança e Portalegre). Retirado de <http://www.postaisilustrados.uminho.pt/>

Citação:

Nunes, H. B. (2017). Os bilhetes-postais ilustrados nas bibliotecas. In M. L. Martins (Ed.), *Os postais ilustrados na vida da comunidade* (pp. 223-229). Braga: CECS.

Os postais ilustrados na vida da comunidade é uma obra que se inscreve no projeto de investigação “Os postais ilustrados: para uma sócio-semiótica da imagem e do imaginário” (PTDC/CCI/72770/2006), um projeto financiado pela Fundação para a Ciência e a Tecnologia, de que é investigador responsável Moisés de Lemos Martins. Esta publicação, agora editada, ilustra parte do trabalho desenvolvido, ao longo dos anos, assim como as redes de investigação estabelecidas e as dinâmicas consolidadas pelo projeto no seio da sociedade. Esta coletânea de textos explora a relação entretecida pelo postal ilustrado com as comunidades humanas, de colecionadores, bibliotecários, artistas, cibernautas, investigadores, e simples utilizadores, agrupados em torno deste popular meio de comunicação novecentista, que todavia se foi adaptando, sucessivamente, ao contexto mediático, ao panorama visual e ao ambiente social contemporâneos. Estruturando-se em três grupos temáticos – “Tempo e narrativa no postal ilustrado”; “Técnicas e estéticas do postal ilustrado”; e “Dos usos do postal ao arquivo” – *Os postais ilustrados na vida da comunidade* mostra o real impacto deste meio de comunicação no quotidiano das populações. Interrogando as suas origens, influências artísticas, estratégias de difusão, coleção e arquivo, assim como os seus imaginários e representações, o atual ensaio não apenas faz a arqueologia da crescente importância da imagem na contemporaneidade, como, por outro lado, acentua o caráter fragmentário do existente, ou seja, aquilo que ele tem de transitório, fugidio e contingente.