

## **LEITURAS DA PAISAGEM ATRAVÉS DE POSTAIS ILUSTRADOS: PARA UMA SOCIOSEMIÓTICA DA IMAGEM E DO IMAGINÁRIO**

*Miguel Sopas de Melo Bandeira*

### **RESUMO**

No plano do ensaio em Geografia Cultural a presente comunicação visa dar o testemunho preliminar da nossa participação no projecto de investigação financiado pela Fundação para Ciência e Tecnologia, no âmbito das ciências da comunicação, denominado *Os Postais Ilustrados: Para uma Sociosemiótica da Imagem e do Imaginário*. Mais do que o contributo do geógrafo face ao apelo transdisciplinar da imagem, particularmente quando esta se apresenta como referente do imaginário colectivo do território e da paisagem, a asserção sociosemiótica dos domínios da sua representação interfere em áreas tão substanciais de intervenção operacional como aquelas que são atinentes à prossecução do desenvolvimento sustentável, à valorização do património, às estratégias de *marketing* territorial, bem como a outros desígnios aplicados ao ordenamento e ao planeamento do território, no caso, o domínio gráfico do postal ilustrado, um ciclo comunicacional que se completa na sua expressão canónica indissociável da fotografia, ainda que para tal seja necessário convocar a gravura e o desenho que o antecedem, bem como o actual suporte electrónico-digital, que os supera, naquilo que designaríamos por uma metalinguagem pós-postal que se impõe.

A partir do exemplo de uma cidade portuguesa de dimensão intermédia – Braga – recorreremos ao universo formal e imaginário do postal ilustrado enquanto veículo comunicacional da paisagem e para a paisagem, na transposição da perspectiva de R. Barthes (1980), *a do sujeito olhado e a do sujeito que olha* a imagem da cidade em interacção prospectiva.

### 1. O ESTADO DA ARTE DE UM PROJECTO

Convictos de que toda a geografia é cultura e de que a denominada Geografia Cultural não é menos geografia por isso, mesmo para além do ímpeto de exclusividade com que é tomada por muitos dos seus mais recentes devotos, ou do renovado deslumbre que hoje desperta o resgate da velha Escola de Berkeley e do seu mentor Carl Sauer, retomamos, no presente estudo, o itinerário pessoal sempre estimulante que está para além das dissensões da disciplina. A Geografia Cultural oferece-se hoje, e assim, ainda que pós-referenciada a uma qualquer identidade ou subsistema de coordenadas do conhecimento, nessa condição da diversidade de asserções, simultaneamente fragmentárias, híbridas e polissémicas, mais ou menos aquecidas pela chama da moda e que, todavia, jamais deixaram de ser estranhas ao pensamento crítico-reflexivo. Para lá do esforço de arregimentação dos séquitos, isto é, a recorrente afirmação de uma nova ordem à anterior, imbuída do mesmo paroxismo iconoclasta de sempre, eleva-se a circunstância tolerante que dá espaço ao ensaio, que convida à interpenetração disciplinar, enfim, que legitima o exercício da liberdade de pensa-

mento. É este o ponto que nos mobiliza e é a paisagem que tomamos como seu lídimo atractivo.

A paisagem, essa velha senhora disputada como uma coroa de glória por infindáveis amantes ou putativos herdeiros. Da pintura à geografia, da arquitectura à publicidade, dos jardins aos esquiços do campo de batalha, da fotografia ao cinema, aos simulacros virtuais e evasivos da *second life*, bem ainda, e naturalmente, hoje mais do que nunca, ao turismo, esse paradigma da hibridez contemporânea. A paisagem é a musa inspiradora da relação telúrica e perene entre o ser humano, produtor de comunicação e criador de cultura, e o ambiente, isto é, a natureza, tantas vezes perdida quantas vezes agora revoltada pela angústia do “risco”. Porém, é também inegável: a paisagem surge-nos persistentemente transvestida por uma multiplicidade de representações que marcam as épocas e os lugares.

No caso, pegámos na ponta do manto, num dos seus múltiplos fios – os cartões-postais ilustrados. Convite e nostalgia por eles, é certo, mas também, a partir desses artefactos de uma indústria juvenil cuja modernidade sugere um tempo subtraído, o contrariar de um sentimento perdido e da condição de perda.

O móbil continua a ser a retoma da perspectiva histórica da cidade, porque é de cidades que o projecto se tem ocupado: Braga, Bragança, Portalegre, Viana do Castelo e Viseu. Ainda que, por ironia, o presente elenco decorra de uma aleatoriedade geográfica,

por força da génese extracomunitária do projecto, tal não impede, porém, que desse elenco sobressaia todo um conjunto de expectativas e de compromissos afectos à escala intermédia do nosso Portugal urbano. Neste ponto são as cidades de dimensão média uma das melhores ilustrações da passagem entre a imagem da cidade de forte carga identitária, ainda relacionada com o seu entorno que já foi rural, isto é, uma cidade com especificidade distintiva, e, por outro lado, o espaço urbano tendencialmente indiferenciado e global, entre nós representado pela possibilidade futura das áreas metropolitanas.

Por missão haverá que explorar a difusão da imagem urbana enquanto veículo de produção patrimonial e, também, sublinhe-se, o movimento contrário. Isto é, indagar como este tipo de representação trabalha e inscreve o próprio património na mentalidade dos seus habitantes e forasteiros. O *in* e o *out* do olhar de massas.

Veremos, pois, a relação biunívoca sobre como, a partir da imagem urbana vertida no postal ilustrado, se constrói uma identidade comum. Uma identidade, diríamos, que, ainda assim, cobre o campo da erudição, mas também os domínios da cultura vernacular e das massas. Interessa-nos, sobretudo, avaliar a evolução da ideia de memória visual e o potencial da paisagem como uma das valências centrais do património urbano. Importa de igual modo, ainda que subtilmente, saber como é que este vai reagindo à fixação/difusão de vistas-padrão, ou seja, “compreender a *sedimentogénese* das diversas camadas de imagens que fazem a memória colectiva

da paisagem, e que se vão empilhando nesse conglomerado visual do património persistentemente invocado, o que *resiste* e o que desapareceu?” (Bandeira, 2007).

A utilidade não nos era pedida, porque do utilitário não se ocupa necessariamente a Geografia Cultural. Ainda assim, não enjeitamos a possibilidade de ensaiar por esta via alguma perscrutação sobre esse domínio tão relativo como é o dos valores da *autenticidade*, esse atributo regulamentar de subjectividade que hoje em dia tanto se invoca, como forma de fazer a diferença entre o que é e não é digno de valor nestas andanças. Ou também, e porque não, conjecturar outros elementos que possam vir a suportar estratégias de promoção turística, procurar desígnios úteis ao *marketing* urbano, ou ainda, e porque não também, alimentar o debate público das políticas urbanas para os centros históricos das nossas cidades?

Assim, partindo do caso de Braga e do contexto do projecto que no presente âmbito vimos a integrar – *Os Postais Ilustrados: Para uma Sociosemiótica da Imagem e do Imaginário*<sup>10</sup> – propomo-nos apresentar um breve ensaio geográfico que procura dar um testemunho aproximativo das representações da memória e da paisagem urbana que privilegiam o presente suporte. Contudo, trata-se ainda do testemunho possível de uma investigação em curso. Ou não fosse verdade que todas as investigações estão sempre em curso.

---

10 Projecto Financiado pela Fundação para a Ciência e Tecnologia – PTDC/CCI/72770/2006, CECS – Centro de Estudos em Comunicação e Sociedade, Universidade do Minho – Instituto de Ciências Sociais (coordenado por Moisés de Lemos Martins) – ICS/UM.

## 2. ANTECEDÊNCIAS: A FIXAÇÃO DA IMAGEM COMO ATRIBUTO PATRIMONIAL DA PAISAGEM

Todas as representações visuais e, particularmente, a expressão ilustrada da paisagem desde sempre compreenderam a fixação de um valor, a pressuposição de um atributo nobilitador de intemporalidade, independentemente da carga de antiguidade que o próprio motivo já de si aportasse. Quer isto dizer que um facto é tanto mais sólido quanto a sucessão de representações que a gravura se dispôs multiplicar até à exaustão, permitindo ao objecto transcender o seu próprio significante e até mesmo libertar-se do seu significado original. A representação em si tendeu a banalizar-se, a desvalorizar-se, porém, o motivo conquistou novas propriedades ampliando o seu valor intangível.

Ainda que logo à partida, e paradoxalmente, a mais elementar acepção do conceito de paisagem esteja em pleno ligada a uma ideia de dinamismo, de transformação permanente, a verdade é que os seus modos de representação originais visavam precisamente o contrário. Mesmo a representação tradicional europeia da paisagem, ainda que toda ela se exhiba permeável a diversas *nuances*, de que são testemunho as variações frequentes das captações sobre o mesmo motivo – por exemplo, as que decorrem da alteração provocada pelas estações do ano – elas sugerem no observador uma sensação esforçada de paragem no tempo. Vejam-se especificamente as repetitivas visões urbanas, quantas vezes representadas com e sem gente, com e sem chuva, cobertas de neve ou contrastadas ao

sol, quando não, e até, debaixo da *patine* dos efeitos radicais de uma inclemência, como um temporal, uma cheia ou cataclismo. Mas, sublinhe-se, sempre com o fito impositivo de fazer ressaltar ostensivamente o monumento que afronta o desfiar do tempo. Recorde-se a este propósito a *postalografia* veneziana, verdadeiro paradigma da ideia de imutabilidade da paisagem enquanto cenografia de pretextos efémeros, sobretudo, os da teatralidade da vida.

Cingindo-nos à paisagem urbana, certamente a mais antrópica de todas as galerias temáticas visuais, aí temos na patrimonialização e na imobilidade o seu principal traço de carácter. Curiosamente aquela que, pela profunda intervenção humana, sugeriria um maior dinamismo das partes é, todavia, uma das que aúfere de maior inércia e de atributos monumentais. Dito de outro modo, diríamos que é o tipo de paisagem que se evidencia por ser o mais amplamente reconhecível e referenciável por todos.

Antes mesmo do postal ilustrado ter surgido existiram outros tipos de espécimes que o anunciaram e o antecederam, ao longo desse processo permanente e moderno de se proceder à compilação dos estereótipos visuais de uma cidade.

Identificado ao nível do senso comum como um rol de imagens de valor patrimonial, deduzimos daí como principais factores: o modo de captação do motivo, enquanto efeito marcador; a diversidade de meios que suportaram a imagem; e o efeito interactivo dos seus processos de divulgação. Diga-se, todos eles, em simultâneo,

revertidos e subordinados aos critérios crescentes de uma intensa frequência produtiva. Isto é, desde que a imagem passou a fabricar o património e este, por sua vez, industrializou a imagem.

Um dos exemplos mais notáveis da divulgação de imagens de cidades na cultura ocidental relaciona-se com as virtualidades decorrentes da vulgarização da imprensa na Europa. Como é sabido, a partir de meados do século XV, proporcionou-se a produção e divulgação correntes de imagens, de cujo processo resultaram as famosas edições quinhentistas do *Civitates Orbis Terrarum*<sup>11</sup>, o primeiro atlas urbano conhecido, que mereceu a publicação das vistas gerais de cidades portuguesas metropolitanas, como Lisboa, Braga e Coimbra.

Contudo, às sucessivas edições do atlas, deveremos acrescentar todo o movimento geral da pintura renascentista que participou do crescente protagonismo atribuído à representação da paisagem – sobretudo, pela atenção dada aos trechos urbanos ideais e aos doutrinários utópicos ensaiados –, constituindo os fundamentos modernos urbanísticos que, de algum modo, impuseram a urbivisão ocidental subsequente que todos conhecemos.

A partir da divulgação destes arquétipos, que, antes de tudo, determinaram novos tipos de enquadramento visual privilegiados do objecto urbano, foi confeccionada uma sucessão infindável de reproduções sucedâneas, que o *marketing* contemporâneo se tem encarregado de sujeitar às mais diversas aplicações práticas. Sejam

---

11 Editados entre 1572 e 1617 (6 volumes) por Georg Braun e Franz Hogenberg,

aplicações a rótulos, motivos decorativos gráficos diversos, marcas de água tipográficas, fotografia e muitos outros artifícios. Há imagens gerais relativas ao passado histórico de diversas cidades que, pela sua recorrência editorial, pode-se hoje dizer, se tornaram verdadeiros ícones da sua representação.

Por outro lado, as antecedências reportáveis à pintura, por via do paisagismo, virão a desempenhar um papel determinante na senda do qual devemos procurar compreender o surgimento do postal ilustrado. Sem outras preocupações senão as de nos remetermos aos fundamentos do processo, diríamos, em traços gerais, que a individualização da paisagem como tema exclusivo de um espécime pictórico é já possível de se encontrar na pintura europeia do século XVII, sobretudo, a partir da denominada Escola da Flandres. Primeiro com o simbolismo temático, quantas vezes irreal e fantástico, de revisitação dos motivos clássicos; depois com a paisagem a perseguir uma inspiração naturalista – sobretudo, mais interactuante no plano homem-natureza, e da qual são referências incontornáveis um P. P. Rubens (1577-1640) ou um Rembrandt H. v. R. (1606-1669) –, até atingir um perfeccionismo topográfico que irá subsistir até aos nossos dias. Mas será durante o período romântico, em particular, que a pintura da paisagem atingirá um nível de difusão mais amplo e intenso. A paisagem tornar-se-á, então, num meio estimulador de emoções e experiências sensoriais. O pitoresco ou sublime darão o mote aos modos de a perceber e de a representar. A paisagem deixa de ser assunto exclusivo de pinacoteca ou museu para passar a fazer parte dos primeiros guias turísticos impressos.

São inúmeros os exemplos desta atitude, sobretudo aqueles que foram levantados na primeira metade do século XIX e que nos dão o testemunho das impressões visuais colhidas por viajantes. Em Portugal, como um dos nossos mais conhecidos, temos o caso do inglês George Vivian<sup>12</sup>, que no início do citado século pintou várias aguarelas alusivas a diferentes locais do país<sup>13</sup>. São aguarelas de inspiração marcadamente romântica, e que virão a ser reproduzidas em gravuras, representando cenas da vida quotidiana enquadradas por belas paisagens urbanas e rurais. De algum modo, em algumas delas, reconhecem-se já as preocupações explícitas de restituição realista do ambiente, como que querendo anunciar o papel definitivo que a fotografia irá protagonizar no final do século.

Por outro lado, não seria também legível a paisagem através dos postais ilustrados se não conhecêssemos antes a gramática herdada da gravura, que antecedeu o seu advento e afirmação. Foi, pois, através desta e da difusão da ilustração que lhe esteve associada que foram traçados os principais parâmetros do seu desenvolvimento e expressão. Os mesmos que vieram mais tarde atribuir aos postais ilustrados a dimensão tecnológico-formal para se constituírem como o elo seguinte da cadeia de patrimonialização da paisagem. Daqui saiu o portfólio de planos e de enquadramentos-tipo das imagens que viriam a ser referência das primeiras edições postais.

---

12 *Scenery of Portugal & Spain* – ed.1839 (39) lithography (37x27,5).

13 Tendo por principais motivos as paisagens de Lisboa e arredores (Sintra, Arrábida, Belém, Setúbal e Torres Novas), Porto, Coimbra, Braga, Guimarães, Ponte de Lima e Tui/Valença.

De facto, a divulgação da paisagem irá conhecer uma difusão sem precedentes por via da figura estampada. Neste ponto a publicação dos primeiros periódicos ilustrados constituiu o principal veículo de democratização da imagem corográfica e local, sobretudo a de temática urbana, incrementando assim a ilustração dos lugares.

Como referiu Eurico Dias, entre nós, as primeiras experiências estão datadas do início da década de 1830, sendo que o destaque vai para o célebre periódico *O Panorama*, concebido desde 1837<sup>14</sup> à semelhança do *The Penny Magazine*, publicado em Londres entre 1832 e 1845 como órgão noticioso dependente da filantrópica *Society for the Diffusion of the Useful Knowledge* (Dias, 2007). Entretanto, outros e mais variados títulos surgiram, especialmente durante a segunda metade do século XIX.

As imagens aí publicadas viriam a determinar o modelo tipo de fotografia urbana e do cartão-postal que, de algum modo, são coevos em novidade e processo de afirmação comum. É curioso, porém, notar que o avanço tecnológico perpetrado pela fotografia face à gravura não consumou a erradicação desta, antes pelo contrário, não só coexistiram por largo espaço de tempo, como, durante esse período, foram levantadas inúmeras gravuras a partir da captação fotográfica. Entre os inúmeros exemplos conhecidos, e estamos conscientes de que há muitos, damos destaque às gravuras ilustrativas de trechos do território nacional que foram feitas a partir das

---

14 Depois de períodos de interrupção, o último número foi publicado em 1868.

captações do conhecido pioneiro da fotografia em Portugal, José Relvas (1838-1894).

### 3. A PAISAGEM NO POSTAL ILUSTRADO

O postal ilustrado como típica invenção da modernidade inscreve-se numa disputa de paternidade, no caso, entre a antecedência de uma patente norte-americana e a primordialidade da adopção de uma convenção austríaca. Para facilitar, trata-se de pioneirismos ocorridos na década de sessenta do século XIX. A ilustração do cartão-postal só virá, porém, a banalizar-se umas décadas mais tarde, sobretudo a partir do recurso à fotografia. Muito particularmente através das *scenic views* a paisagem conquistaria uma condição vocacionadamente popular.

O postal ilustrado acrescentará umas tantas mais condicionantes aos particularismos da imagem fotográfica em si, desde logo porque a uniformidade do formato postal e a sua finalidade primeira impuseram regularidades que convidam ao tratamento sistemático da paisagem sob este prisma de representação, muito particularmente, na atenção que devemos dar ao modo como este participa do próprio conceito de paisagem.

A fase do projecto em que nos encontramos permite-nos já detectar regularidades, tais como a elevada frequência editorial de que é alvo um único motivo urbano, a permanência de conteúdos ao longo do tempo, a hierarquia de cobertura dentro de um mesmo

âmbito toponímico, a contextualização de temas, e outras convergências afins. O postal ilustrado é de algum modo uma janela sobre a paisagem. Mesmo até quando metamorfoseado pela conversão ao mosaico dos pixéis, reconvertido em *e-card*, revela, no mínimo, uma esquadria do plano que se impõe.

No entanto, o postal ilustrado é, particularmente, identificado pelas suas características morfológicas, tamanho, consistência, formato e outras até mais subtis. Características que, curiosamente, se têm mantido genericamente estáveis ao longo do tempo, “fixa[ndo] um modelo sintético e sintáctico de preservação da memória e do modo de perceber a paisagem” (Bandeira, 2007). Modelo este, note-se, que, embora podendo ser reconhecido como um paradigma visual, encerra limitações óbvias, nem que seja porque sempre “projecta um espaço euclidiano: um espaço enclausurado, controlado, linear e estático, abstraído do mundo que o rodeia”<sup>15</sup>.

O postal ilustrado e a fotografia tornaram-se indeslindáveis, contribuindo assim complementarmente para afirmar o poder e a difusão da imagem e das suas representações, prefigurando-se ainda como desígnios de modernidade na sua relação interactiva no tempo e no espaço.

Os postais ilustrados tornaram-se agentes de consolidação da memória colectiva, da qual a paisagem é um pilar fundamental.

---

15 M. McLuhan *cit.* Moisés Martins, in Prefácio – de J. Pinheiro Neves – *O Apelo do Objecto Técnico*. Porto: Campo das Letras, C&S, 2006, p.12.

A partir deste suporte globalmente reconhecido estabeleceu-se um *modus faciendi* de afirmação externa e interna da construção de identidades. Pela edição acumulada, incluindo as reincidências e duplicações, constituiu-se um corpo de imagens que passou a ser entendido como o “*portefólio* de creditação e disciplina iconográfica dos trechos que se impunham como os mais ofertáveis da cidade” (Bandeira, 2007). Isto é, um *paradigma visual* que também é do *espaço e do território*, susceptibilizando o valor patrimonial de *uma conquista* (Martins, 2006).

A exemplo da cartografia – outro domínio de expressão gráfica destinado a querer fixar o território, no caso, para que este seja melhor dominado – também o postal ilustrado, pela elevada capacidade de disseminação que compreende, tem poder para mais eficazmente conter a própria paisagem, isto é, poder para, de algum modo, possuí-la.

Sabemos que a imagem em geral, e muito particularmente a imagem fotográfica, “não é de todo em todo neutra, logo de princípio pelas subtilezas que presidem ao momento da captação, desde o motivo substantivo que convoca, no modo como o perspectiva e o relaciona, bem como o enquadra, ou [ainda] como o deixa iluminar, dele se distancia/aproxima, enfim, e tantas outras variações, designadamente, as que implicam todo o processo de edição” (Bandeira, 2007). Disso é exemplo, o modo como este veículo serv(e)iu para rever a memória colectiva, como foi caso, entre nós, das alterações de regime político decorrentes da substituição da monarquia pela

república (1910). A nova ordem promoveu a laicização do espaço público tendo o postal ilustrado sido o instrumento dessa nova ordem. Recorde-se a substituição de fontenários por cruzeiros, a erradicação de oratórios e *alminhas* espalhados pelas ruas das cidades e a remoção de estátuas de monarcas de lugares centrais para sítios mais recatados. Todas estas operações de transformação da paisagem urbana foram amplamente caucionadas por novas edições de cartões-postais ilustrados. Neste sentido, além de janela, o postal ilustrado cumpriu também a função de espelho social e histórico da comunidade.

O século de advento do postal ilustrado é também, em simultâneo, o período de reconhecimento do turismo como uma actividade tendencialmente generalizada. O incremento da construção de estradas, a implementação das redes de caminho de ferro – particularmente em Portugal com expressão na segunda metade do século XIX – e as viagens marítimas regulares de longo curso serão factores de fomento da extensão, da frequência e da velocidade dos contactos humanos.

Uma vez mais a operacionalidade técnica da fotografia, estreitamente associada à exploração e disseminação das mais recônditas paragens conhecidas, através das ilustrações, tornará familiares paisagens, cidades e locais que até então eram totalmente desconhecidos do grande público. No plano da transmissão de ideias, novidades e do contacto entre pessoas, uma vez mais o postal ilustrado beneficiou das circunstâncias oferecidas. Com o surgimento

de novos estilos de vida, que conduziram a um crescimento do turismo e a uma generalização do período de férias, passou a haver mais passageiros em circulação, convertidos em novos públicos que iriam procurar nas suas viagens serviços, artefactos e o registo de impressões. Neste processo o postal ilustrado virá a representar um papel central, quanto mais não seja pela capacidade de traduzir uma elevada carga simbólica dos lugares. A título de exemplo, e somente no plano prospectivo da paisagem urbana, recordaríamos que dentro das temáticas produzidas e editáveis, para além do reforço dos motivos monumentais tradicionais, apareceram novos temas relacionados directamente com os percursos dos próprios viajantes, de que são motivo as estações de comboio, os portos, os pontos de entrada e saída das cidades, as principais ruas e praças a visitar, os itinerários mais frequentados e obrigatórios no âmbito dos percursos e ainda a cobertura dos eventos sociais e cívicos. Por outro lado, o desenvolvimento do turismo trouxe novos temas de interesse, como a cobertura de estâncias balneares, termais, de montanha, e os equipamentos que lhes estão directamente associados, como hotéis, meios de transporte e as mais diversas ocupações de lazer.

O postal ilustrado passou a exprimir essa capacidade externa de afirmação de uma comunidade pelas suas obras, os seus monumentos, o seu bem-estar e realizações colectivas e, ao mesmo tempo, representou o cadinho dos elementos da viagem, esse retalho das *vistas* fixador das emoções, susceptível de poder ser guardado no baú das memórias íntimas.

#### 4. DA FOTOGRAFIA AO POSTAL ILUSTRADO

Para o presente estudo usou-se o caso da cidade de Braga como ponto de partida, recorrendo às primeiras edições de postais disponíveis. Trata-se de uma abordagem preliminar já que a fase em que este projecto de investigação se encontra não nos permite ainda responder às expectantes generalizações que se pretendem. Ainda assim, a partir do presente testemunho poderemos ensaiar umas quantas hipóteses sobre os temas-tipo apropriados para a aferição da paisagem nos postais ilustrados.

Os antecedentes do postal ilustrado em Braga passam primeiro pela gravura e depois pela própria fotografia, associada ou não àquela, ainda que esta se expressasse em formatos e dispositivos distintos daqueles com que o bilhete-postal nos familiarizou. Referimo-nos concretamente à divulgação da circulação de estampas fotográficas e aos diversos formatos decorrentes dos primórdios da fotografia e das primeiras edições desta em Braga.

Como se supõe, os primeiros motivos urbanos de Braga fotografados são atribuídos a Antero F. de Seabra desde o ano de 1858<sup>16</sup>, ou, pelo menos, as fotos mais antigas da urbe que se conhecem são da sua autoria e supostamente, como está documentado, corres-

---

16 Entretanto, já depois de termos redigido este texto, tivemos contacto com a obra *Uma Coleção Privada – Contributos Para uma Memória Visual de Braga* (Col. Nuno Borges de Araújo), que trouxe a lume factos inéditos da história da fotografia em Braga, razão pela qual acrescentamos algumas referências fundamentais para a compreensão do tema que nos ocupa.

pondem à data em que o fotógrafo dispunha das condições para o fazer (Araújo, 2009). Porém, e neste caso, mais importante do que sabermos as origens da fotografia em Braga será reconhecer a sua finalidade, e muito particularmente, o âmbito da sua difusão. Conhecidos os projectos fotográficos de A. Seabra, que visavam proceder a levantamentos sistemáticos, tais como “monumentos, ruínas históricas e paisagens do país”, aliás, na senda do que melhor se fazia no estrangeiro, o fotógrafo, e também desenhador, trabalhou igualmente para o Ministério das Obras Públicas, “entre 1862 e 1864 [, anos em que] foi várias vezes comissionado para realizar trabalhos de levantamento fotográfico e pelo desenho das obras em curso (...) na região norte do país”<sup>17</sup>. Além da finalidade instrumental do contratante, Nuno Borges de Araújo revela-nos que já em 1861 A. Seabra fotografava vistas e paisagens urbanas para publicações, como o *Archivo Pittoresco* (1863/67). Pelos mesmos méritos, também ficamos a saber que nesse mesmo ano foi premiado na célebre Exposição Industrial Portuense. A. Seabra “comercializou (...) imagens de grande formato” para clientes individuais e colectivos, na certeza de que a fotografia, ultrapassada a fase inicial de curiosidade, passou a representar um motivo de expressão e ostentação, tanto pública como privada. São igualmente prova das suas intenções a interessante série de fotografias estereoscópicas, publicadas em litografia no ano de 1861, evidenciando a partir da fotografia a mesma propensão impressiva, celebrativa e popular que iremos encontrar mais tarde na edição do postal ilustrado.

---

17 Araújo, Nuno Borges – Uma Coleção Privada... – *opus cit.*, p. 6.

É certo que estes tempos pioneiros tiveram outros protagonistas e que, de algum modo, partindo da motivação da edição fotográfica, nos ajudam a compreender o advento do postal ilustrado em Braga. Refiram-se, a título meramente ilustrativo, as iniciativas da Mesa da Real Confraria do Bom Jesus do Monte, que, estando perfeitamente ciente das possibilidades da fotografia na promoção do santuário<sup>18</sup>, que era, simultaneamente, já um destino turístico, em diversas circunstâncias contratou coberturas fotográficas dos seus atractivos. Disso é exemplo a contratação com a casa Emílio Biel & C<sup>a</sup> do Porto, em 21 de Março de 1879, para a edição de vários formatos de séries, ou, mais tarde, em 5 de Novembro de 1886, com o mesmo alcance, a concessão atribuída ao “amador” Pe. José da Costa Abreu (Araújo, 2009: 34).

As encomendas tendo por objecto o(s) santuário(s) não impediam, porém, que os fotógrafos, mesmo os vindos de fora, tivessem oportunidade de fotografar a cidade. Tal é o exemplo da série *Photographia Universal A. Solas* (Lisboa e Braga) que cobriu as comemorações do centenário do lançamento da primeira pedra da Igreja do Bom Jesus do Monte (30 de Maio a 2 de Junho de 1884), que se estenderam pelos principais espaços da cidade. Ou o caso de Aurélio Paz dos Reis (1862-1931), que tanto fotografou a cidade do Porto, e que fez a “foto-reportagem” estereoscópica das peregrinações e solenidades das Festas Jubilares da Definição Dogmática da Imaculada Conceição em Braga, em Junho de 1904, tendo “aproveitado” também para fotografar os eventos e as decorações de ruas das po-

---

18 Justificando a existência de um lugar de “Mordomo das Estampas”.

pulares Festas do S. João em Braga. A edição das fotos estereoscópicas sobre cartão, uma vez mais, significava um certo modo de fixar os grandes acontecimentos públicos e de divulgar as expressões patrimoniais locais.

Ainda sobre o contributo inestimável de Nuno Borges de Araújo (2009), há que referir um apontamento relativo aos álbuns de fotos privadas que, entretanto, se vão conhecendo, e que resultam da iniciativa de viajantes estrangeiros que visitaram e fotografaram Braga no virar do século XIX para o século XX. A partir deles dá-se conta da difusão rápida da fotografia nos meios “amadores” que, para o assunto que este texto nos convoca, denunciam uma necessidade de impressão de memórias que o postal ilustrado poucos anos mais tarde irá cumprir.

## **5. AS PRIMEIRAS EDIÇÕES DO CARTÃO-POSTAL EM BRAGA**

Em consonância com a actividade de fotógrafo, Manoel Carneiro, comerciante da cidade de Braga, e de cuja biografia praticamente se desconhece tudo, foi o responsável pelas primeiras edições de postais ilustrados da cidade, publicadas nos primeiros cinco anos do século XX. Referimo-nos a uma das primeiras séries conhecidas, de dez exemplares, que vem chancelada no verso com a referência da *Union Postal International*, e que converge no sentido de incidir sobre locais já anteriormente bafejados pela objectiva fotográfica, muito particularmente aqueles motivos que foram fixados antes por Antero Seabra.

Referimo-nos também concretamente à “foto-reportagem”, que este foi incumbido de fazer pelo Ministério das Obras Públicas, da Exposição Agrícola de 25 de Outubro a 8 de Novembro de 1863.

Na primeira série conhecida de postais ilustrados de Manoel Carneiro sobressaem as principais praças da cidade, onde se valoriza o enquadramento dos elementos de maior carga monumental e artística. De igual modo há que destacar a incorporação do motivo da catedral – a Sé de Braga, nas suas múltiplas perspectivas – bem como de outros templos, sobretudo, pelo seu valor simbólico ou artístico.

Realce ainda para alguns apontamentos que, com o tempo, viariam a ganhar maior protagonismo, de que é exemplo o arrabalde de S. João, de fisionomia rústica, ligado desde tempos imemoriais à realização dos grandes festejos populares da cidade.

Não sem surpresa a presente série deu origem a várias reedições, surgindo em outros suportes ilustrados, como edições de livros e até, de um *Guia do Viajante em Braga* (1905).

Recorrendo a uma outra série do mesmo autor e do mesmo período, desta vez composta apenas por cinco cartões-postais ilustrados, podemos vislumbrar o particularismo de uma composição gráfica mista. Todavia, a ideia não é original, já que temos notícia do mesmo recurso estético-funcional ter sido utilizado em edições

postais alemães<sup>19</sup> do virar do século e, naturalmente, em Portugal, de que conhecemos exemplares de Lisboa.

Isto é, encontramos as vistas urbanas de teor patrimonial sobrepostas ao *fac-simile* de primeiras páginas dos jornais locais (vide figura 1). Mais do que uma finalidade publicitária e propagandística que se evidencia, encontramos nesta série uma relação estreita entre a imprensa periódica e os correios. Dir-se-ia uma “convicção voluntarista na crença da circulação das ideias e das vantagens da sua disseminação” (Bandeira, 2007), num processo que concilia a promoção do antigo património cultural com as modernas ambições de progresso.

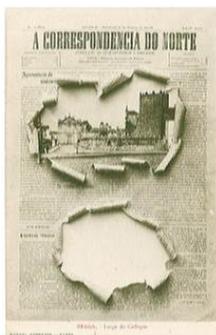


Figura 1 – Bilhete-Postal 14,1x9 (1903)  
Manoel Carneiro – Braga – Largo Paulo Orósio

---

19 De acordo com a recolha efectuada por Marlene Pereira (ver <http://postaisilustrados.blogspot.com>, consultado a 27 Agosto de 2008), “entre 1880 e 1914 a Alemanha funcionou como o grande centro mundial de produção de postais ilustrados”. Dessa pesquisa a investigadora divulgou um exemplar com o mesmo expediente gráfico alusivo à cidade de Lisboa, editado pela casa *Verlag v. H. Vaz, Frankfurt, a M. Lisboa, BNL*.

Não deixa de ser curioso notar na inevitável leitura de alguns títulos de primeira página o *engagement* político-ideológico do periódico em questão, ainda que, estamos em crer, não se possa estabelecer qualquer decalque entre a imagem e o conteúdo. Poderá, no entanto, isso sim, reter-se a convicção de se querer expressar o cosmopolitismo exaltante da diversidade de ideias, do debate político, dos problemas da instrução pública, no modo como estes compaginam bem com a história de Braga, a sua antiguidade e, naturalmente, o património.

Também no exemplo da presente série, aliás, como na anterior, a noção de paisagem aporta uma importante presença eficiente do património urbano de Braga. Ainda que surjam repetições da série anterior – a reedição das vistas postais é uma recorrência fora de comum que faz a paixão dos colecionadores – pode-se afirmar que esta privilegia os apontamentos visuais dos espaços públicos, com incidência para os que são evocativos do período da história medieval da cidade.

## **6. A ARCADA: O EPICENTRO DOS OBTURADORES**

Consultadas as principais publicações referentes aos postais ilustrados de Braga imediatamente se confirma que, de todas as amostragens consideráveis, o foco privilegiado de captura de imagens incide sobre o eixo que se estende entre a Arcada (Praça da República) e a Avenida Central (anteriormente denominado Campo de Sant'Anna) (*vide* figura 2). Tudo mais, ainda que a um nível infe-

rior, corresponde à representação das maiores praças urbanas e ao enquadramento, mais ou menos revelador, do papel dos principais equipamentos colectivos civis e religiosos que as emolduram.

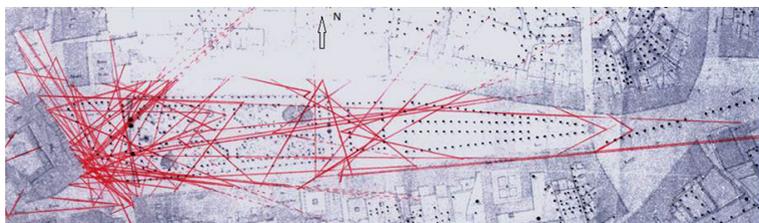


Figura 2 – Distribuição dos “cones de visão” dos postais ilustrados no Campo de Sant’Anna/Praça da República e Avenida Central 20

Sobre a Arcada<sup>21</sup> actual, enquanto expressão oitocentista monumentalizada dos antigos alpendres que estavam defronte ao Campo de Sant’Anna, hoje a Praça da República/Avenida Central, bastaria só determo-nos na coerência toponímia das suas últimas designações para encontrar a prova suficiente da sua centralidade.

Com cerca de quinhentos anos de existência, trata-se de uma das maiores praças urbanas, que tem oferecido mais duradoiramente a densidade também mais intensa de imagens exportáveis da cidade. Na verdade, o lugar foi-se afirmando como espaço de representação do imaginário colectivo, por diversas razões, tais como: a

---

20 Imagem retirada de Passos, J. M. da Silva – *O Bilhete Postal Ilustrado e a História Urbana de Braga*. Lisboa: Ed. Caminho, 1996 (51 postais). Cartografia executada pelo autor sobre a *Planta de Braga* – Francisco Goullard, 1/500, 1883/84.

21 O endereço electrónico <http://images.google.com/images> foi consultado em Abril de 2008 (pesquisa: Arcada Braga).

de entrada/saída da cidade face ao seu *hinterland* natural; a de chegada/partida dos transportes de próximo e de longo curso; e a de encontro/desencontro individual ou comunitário.

Espécie de fórum urbano, desde, pelo menos, o século XVIII, aí convergem os principais acessos que ligam o centro da cidade à região envolvente. Aí também se situam alguns dos cafés mais afamados e os principais equipamentos públicos que marcaram o advento da modernidade local.

Pontos centrais como este são, de facto, objecto de grande dinamismo, resultando em fortes estímulos e implicações na paisagem urbana. Desde logo porque aí se concentra o maior volume de obras públicas e o esforço cosmopolita mais evidente, tornando-se na vitrina da cidade, onde, simultaneamente, se vê e se é visto. Neste sentido deverá ser salientado o jardim gradeado – Passeio Público (1854-1913) – que constitui o pano de fundo fotográfico recorrente da vida social bracarense.

Do ponto de vista da paisagem estes atributos começam por tirar partido da amplitude do campo de visão que a própria praça oferece, quer através dos principais enquadramentos, como dos horizontes e de outras referências que servem de ponto de fuga às principais tomadas de vista daí captadas. Com efeito a Arcada não é somente o protagonista dos temas de ilustração, mas é, simultaneamente, o próprio local de captação das imagens, ou seja, o mirante que formata as leituras de enquadramento da Praça da República/

Avenida Central. Mais não bastasse os grandes eventos públicos ocorridos desde e para a cidade têm o local como o palco de actuação preferido. Dir-se-ia, um verdadeiro *plateau* embelezado ao ritmo da moda, da *contra-regra* dos ciclos políticos, e onde, por fim, curiosamente, ou talvez não, o mesmo espaço se predispõe ainda hoje como local apropriado para adquirir postais ilustrados.

A confirmar a persistência no tempo da eleição dos primeiros motivos fotográficos, além da Arcada, também se constata que a Sé Catedral de Braga – o mais simbólico e visitado dos monumentos da cidade – merece um lugar de destaque nas edições postais.

Os restantes temas desfrutáveis nas publicações de referência, ou seja, os que decorrem das selecções patentes no catálogo da primeira exposição de postais ilustrados ocorrida na cidade (1979), bem como no primeiro livro exclusivo do tema para Braga, inserido numa colecção específica dedicada às cidades portuguesas (1996)<sup>22</sup>, espelham a inércia de muitos dos motivos dos primórdios fotográficos. Todavia, trata-se de motivos e locais que ainda não nos permitem tipificar como modelo-padrão. Mesmo assim, achamos interessante notar que os motivos de entrada/saída rodoviária da cidade, sem constituírem propriamente uma figuração de *portas de entrada*, merecem residualmente a cobertura editorial do postal ilustrado em mais do que uma edição. Por outro lado, os arrabaldes, no

---

22 Vide Oliveira, E. P. – *Para o Estudo da Imagem de Braga. O Postal Ilustrado – Catálogo da Exposição*. Braga: ASPA, 1979 e Passos, J. M. Silva – *O Bilhete-Postal Ilustrado e História Urbana de Braga*. Lisboa: Editorial Caminho, Lisboa, 1996, respectivamente.

caso, o santuário do Bom Jesus ou o Convento Beneditino de Tibães, por constituírem um motivo de atracção turística exclusivo – mais o primeiro, pela sua monumentalidade e amenidade – têm a capacidade para justificar e promover a edição de séries distintas. Num certo sentido, tal como no passado já acontecera com a fotografia.

## **7. PONTO DA SITUAÇÃO**

O postal ilustrado, como o afirmámos antes, é de algum modo uma janela sobre a paisagem, ainda que fixada no tempo, onde só mesmo a sucessão dos espécimes editados permite intuir uma animação específica, isto é, uma dinâmica que é o testemunho do seu desfiar, veiculador da ideia e do conceito de memória colectiva, que é também, simultaneamente, um instrumento de eleição do património da cidade.

Porém, hoje ninguém pode negar que o cartão-postal ilustrado, enquanto genuíno produto da modernidade, se insinua na vaga do fim de um ciclo, sugerindo pertinentemente o dilema do sim ou não à era do pós-cartão-postal.

O certo é que este subsiste e se recomenda na sua versão canónica, porquanto as funções que condensam o seu princípio activo migram para outros suportes e se transfiguram por múltiplas aplicações sem, contudo, o erradicar. Quanto tempo mais ele irá durar como um singelo cartão ilustrado que circula de mão em mão, ou que se afixa num escaparate, não o sabemos.

A reconceptualização, transfiguração, ou pura e simplesmente o estiolar da sua natureza original, certamente interferirá na ideia comum que fazemos de paisagem. O filão condutor que caracteriza o postal ilustrado como artefacto popular e massificante, de configuração regular e escoreita – nem que seja pela simplicidade do conceito –, o potencial interactivo e disseminador, a anulação da distância e, até, o desejo de conservação, de posse, que suscita, auguram-lhe continuidade, mas prometem-lhe, também, uma reconfiguração simbólica.

A fase que vivemos, se é assim que a podemos considerar, é ainda a da inércia dos conteúdos, dos temas e dos motivos recorrentes, sejam eles veiculados pelos domínios analógicos ou digitais. Uma certeza temos: o conceito de paisagem, independentemente de tudo, está-se também ele a alterar.

Confirmado o reconhecimento da paisagem, ou mesmo do ambiente, como fazendo parte dos sectores valoráveis da sociedade, os postais ilustrados e os seus herdeiros, ou sucedâneos, cada um a seu modo, continuarão a ser um garante de inscrição patrimonial da paisagem na consciência cívica e na identidade de uma urbe. Tanto mais vivo no exemplo do formato tradicional, quanto é sabido que o excesso de imagem que marca o nosso quotidiano, cada vez mais aparatosamente recriada pelos artifícios das projecções virtuais, estamos convictos, não fará desmerecer a sua expressão física imediata, táctil e manuseável, como meio de resgate das narrativas visuais das cidades, de reencontro com os afectos e com o

sentimento pátrio de pertença. Estável e seguro, pode ajudar a recuperar uma certa escala de paisagem que hoje, sem se conseguir configurar muito bem, se busca ardentemente.

### REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Argote, J. C. – “De Antiquitatibus Conventus Bracaraugustani”, Lisboa, 1728. *As Comemorações do I Centenário do Bom Jesus do Monte* (1884). In *Mínia*, 6 (7). Braga, 1983, p. 99.

Bandeira, Miguel Sopas de Melo – *Memória e Paisagem Urbana: A Construção da Imagem Patrimonial de Braga desde os Acervos Ilustrados e Fotográficos de Referência*. Comunicação apresentada na conferência *Imagem e Pensamento – Conferência Internacional*, em Lisboa, Museu Coleção Berardo, 5 e 6 de Dezembro de 2007, org. Centro de Estudos de Comunicação e Linguagens / Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade.

Barthes, R. (1980) – *A Câmara Clara*. Lisboa: Edições 70, Arte & Comunicação, 1981.

Berger, J. (1972) – *Modos de Ver*. Lisboa: Edições 70, Arte & Comunicação, 1982.

Braudel, F. – “Ecrits sur l’Histoire”. Paris: Flammarion, 1977.

Catálogo da Exposição – *Para o Estudo da Imagem de Braga. O Postal Ilustrado*. Braga: ASPA, 1979.

Catálogo da Exposição – *Uma Coleção Privada – Contributos Para uma Memória Visual de Braga* – Coleção Nuno Borges de Araújo – Coleção do museu, Museu de Imagem – Braga: Câmara Municipal de Braga, 19 de Junho a 30 de Agosto de 2009 (Este título foi inserido posteriormente à apresentação da

comunicação que deu origem ao presente texto por razões que vão nele expressas). *Cidadania Pelo Património: Um Matiz Barroco na Cultura Urbana*. In *Relações Sociais de Espaços – Homenagem a Jean Remy*. Lisboa: Edições Colibri/CEOS, 2006, p. 35-53.

Claval P. – “La Geographie Humaine Face a la Culture.” In “Aurora Geography Journal”, 00, Agosto 2006. Guimarães: NIGP, p. 9-28.

Dias, Eurico – *O Archivo Pittoresco (1857-1868). Subsídios Para Sua História – Ciclo de Conferências Arquivo Pittoresco, 150 Anos Depois (1857-2007)*. Lisboa: Hemeroteca Municipal de Lisboa, 13 Setembro 2007.

Feio, Alberto – *Coisas Memoráveis de Braga e Outros Textos*. Braga: Universidade do Minho, Biblioteca Pública de Braga, 1984.

Ferreira, J. Augusto – *Fastos Episcopales da Igreja Primacial de Braga (Séc. III – Séc. XX)*, 4 Tomos. Braga: Mitra Bracarense, 1928/35, 2241 p.

Gomes, Paulo Varela – *Longe de Jerusalém*. In *Vértice, Ver*, Maio-Junho 1993, II série. Lisboa: p. 14-16. *Imagens do Minho Oitocentista*. Braga: Centro de Cultura e Desporto dos Trabalhadores de Segurança Social e Saúde, 1985.

Kress, G. and van Leeuwen, T. – “Reading Images – The Grammar of Visual Design”. London: Routledge, 1996.

Martins, Moisés de Lemos – *Sob o Signo do Som e do Fluxo*. In Prefácio – de J. Pinheiro Neves – *O Apelo do Objecto Técnico*. Porto: Campo das Letras, C&S, 2006, p. 11-13. *Memórias Para a História Eclesiástica do Arcebispado de Braga, Primaz das Hespanhas*. Lisboa (1732-34).

Mumford, Lewis (1961) – “La Cité a Travers L’Histoire”. Paris : Editions du Seuil, 1964. *O Bilhete-Postal Ilustrado e a História Urbana de Braga*. Lisboa: Editorial Caminho, Memória da Cidade, 1996. *O Espaço Urbano de Braga* –

*Obras Públicas, Urbanismo e Planeamento (1790 - 1974) – A Cidade dos Finais do Antigo Regime ao Advento da II República* (policop.). Braga, 2002.

Oliveira, E. Pires – *História da Associação Comercial de Braga*. Braga: Ed. ACB, 2000. *Para o Estudo da Imagem de Braga. O Postal Ilustrado – Catálogo da Exposição*. Braga: ASPA, 1979.

Passos, José Manuel da Silva – *As Edições das “Memórias do Bom Jesus do Monte*. In *Mínia*, N<sup>o</sup>5, III Série – 1997. Braga, p. 275-286.

Pimentel, Diogo Pereira Forjaz de Sampaio – *Memórias do Bom Jesus do Monte*. Coimbra: Imprensa da Universidade, 1844.

Rose, G. (2001) – “Visual Methodologies – An Introduction to the Interpretation of Visual Materials”. London: Sage Pub, 2003.

van Leeuwen, T. and Jewitt, C. (Edits.) (2001) – “Handbook of Visual Analysis”. London: Sage Pub, 2003.

## REFERÊNCIAS ELECTRÓNICAS

<http://www.arqnet.pt/dicionario/ocidente.html> [Consultado em Fevereiro de 2008]

[http://www.bportugal.pt/bnotes/dates/dates\\_p.htm](http://www.bportugal.pt/bnotes/dates/dates_p.htm) [Consultado em Fevereiro de 2008]

[http://www.mlivro.com/ml\\_reproducoes.ht](http://www.mlivro.com/ml_reproducoes.ht)  
[Consultado em Março de 2008]

<http://images.google.com/images>  
[Consultado em Abril de 2008]

<http://postaisilustrados.blogspot.com>  
[Consultado em Agosto de 2008]

### **Fontes**

“Braga-Fountain Towers”. In *Scenery of Portugal & Spain* – ed.1839 (39) lithography (37x27,5).

*Colecção de Cinco Postais* editados por Manoel Carneiro, em publicações periódicas e com fotos de locais de referência da cidade de Braga, Braga 1903.

*Planta de Braga* – Francisco Goullard, 1/500, 1883/84, folhas aguareladas, 30, Arquivo de Obras da Câmara Municipal de Braga. Este mapa está acondicionado num armário concebido para o efeito, no Convento do Pópulo, em Braga, com 15 gavetas (2 folhas por gaveta).

Poster *fac-simile* – Prancha de dez postais da autoria de Manoel Carneiro – Editado pela ASPA durante a Exposição *Para o Estudo da Imagem de Braga. O Postal Ilustrado*, 17.XI.1979-2.XII.1979, Porto, 1979.