

No 069030

nostalgia postal



Posta & Postal

18 AUG 1955

post card

Moisés de Lemos Martins e Madalena Oliveira

10 CENTIMES

Postal a Postal

Viana do Castelo, Braga, Bragança, Viseu e Portalegre

"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. Tem o encanto de todas as ternuras sem consequências e de todas as pequeninas mentiras sem compromissos. Nem a secura mercenária do telegrama, nem a intimidade, fastidiosa, grave, perigosa, das duas folhas de papel de carta."

in Ilustração Portuguesa, n.º 572, de 05/02/1917

Do cartão simples, marcado apenas pela caligrafia de notícias privadas, ao cartão ilustrado, a história seria mais ou menos breve, ainda que tão intensa quanto a da invenção da fotografia, de que o bilhete-postal é, na verdade, contemporâneo. A partir da década de 1890, primeiro com ilustrações ‘desenhadas’, depois com imagens fotográficas, o bilhete-postal foi entrando progressivamente numa idade

de ouro, que o consagraria para sempre como um suporte de comunicação absolutamente sedutor.

Atraente, gracioso, divertido, ligeiro, o postal ilustrado foi francamente querido das gerações que o utilizaram abundantemente nas primeiras décadas do século XX. Tendo chegado a ter uma função próxima da actual chamada telefónica, como sugerem Tom Philips (2000) e Frank Staff



Figura 2: À esquerda, um postal 'Gruss aus Wiesbaden'. À direita, um postal 'Recordação do Bom Jesus do Monte'. Da disposição dos elementos no cartão à representação de espaços emblemáticos, há uma rigorosa coincidência estrutural entre estes dois postais. Ambos feitos de ilustrações de desenho, ambos registando a passagem por uma localidade, ambos com a mensagem ainda escrita na mesma face da imagem.

(1966), o postal ilustrado serviu os recados práticos do quotidiano, mas foi também especialmente prestável aos apontamentos de viagem, de enamoramento e até de negócios.

Muito apropriados à imagem excursionista, os postais ilustrados são um dos principais repertórios visuais do turismo no século XX, senão mesmo o mais importante. Com a moda dos postais ‘Gruss aus...’, que em Portugal adoptaram a versão ‘Recordação de...’ (figura 2), inicia-se na história deste meio de comunicação a perseguição da paisagem física e humana, que os mantém vivos ainda hoje, nos quiosques e nas lojas de *souvenirs*. Talvez seja difícil eleger a vantagem que fez dos postais ilustrados objectos tão cativantes. É, porém, mais ou menos consensual que um dos motivos do seu sucesso comercial seja a harmoniosa relação entre o privilégio da imagem e a economia – de palavras, por um lado, e de despesas, por outro, uma vez que, ao contrário da carta, dispensavam o recurso ao envelope, obrigando nalguns casos à encriptação do seu conteúdo (figura 3). Para além da sua utilidade no sector da correspondência e do rápido contacto (sobretudo em cidades onde a distribuição postal se fazia várias vezes ao dia, como em Londres, por exemplo), o postal ilustrado era, portanto, enviado também para lisonjear. Visualmente elegante e de propósito gentil, o postal cedo adquiriu também o estatuto de objecto de colecção, sendo os cartões estrangeiros, de «vistas excitantes e imagens glamorosas», aqueles que mais

prestígio granjeavam no coleccionador (Staff, 1966:64)¹. Indústria francamente próspera no início do século XX, que nomeadamente justificou em França a criação, em 1904, de um Sindicato próprio (a *Chambre Syndicale Française de la Carte Postale*), a edição de postais ilustrados foi também seriamente impulsionada pelos propósitos de duas actividades efervescentes na primeira metade do século XX: a publicidade, por um lado, e a propaganda política, por outro.



Figura 3: Reprodução de um postal de conteúdo encriptado (que circulou em Portugal em Março de 1908), onde às palavras escritas em linha horizontal se sobrepõem palavras escritas perpendicularmente. Há registos da utilização desta técnica também noutros países, como forma de dificultar a leitura indiscreta dos carteiros.

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 (Figuras 4 e 5). Produtos das indústrias culturais que fabricaram na primeira metade do século XX a sociedade do espectáculo, os postais ilustrados popularizaram, entretanto, não apenas a imagem de produtos comerciais, como também a imagem das estrelas do cinema e do teatro. Copiando, na verdade, os cartazes de espectáculos, bem como o retrato de artistas, os postais estenderam a sua aptidão para a propagação de mensagens visuais, através da reprodução de obras de arte, razão pela qual são ainda actualmente editados, com frequência, por museus ou galerias, que encontram neste suporte uma forma de trazer a arte para a rua.

À semelhança do que aconteceu, generalizadamente, com todas as modalidades de artes visuais do século XX, também os postais ilustrados foram capturados pelas máquinas de propaganda política. Se na Alemanha foram forçados a servir os propósitos da ideologia nazi, ou na Itália os caprichos de Mussolini, em Portugal os postais foram especialmente aproveitados para a defesa da República, na segunda e terceira décadas de 1900 (Figura 6), e para a projecção da ideia de Pátria imperial, no contexto da ditadura salazarista (Figura 7).



Figura 4: Reprodução de três exemplares de uma série de postais de publicidade à marca automóvel Ford, arquivados na Biblioteca Nacional de Lisboa.



Figura 5: Reprodução de dois postais de publicidade ao Vinho do Porto Rainha Santa. Estes exemplares estão disponíveis em vários sites na Internet.



Figura 6: Dois postais portugueses do período da Primeira República. O da esquerda traduz uma representação alegórica da queda da Monarquia (cuja legenda concretiza o sentido da imagem – “A expulsão da Monarquia”). O da direita assinala o 5 de Outubro e o reconhecimento da República Portuguesa pelas nações estrangeiras.

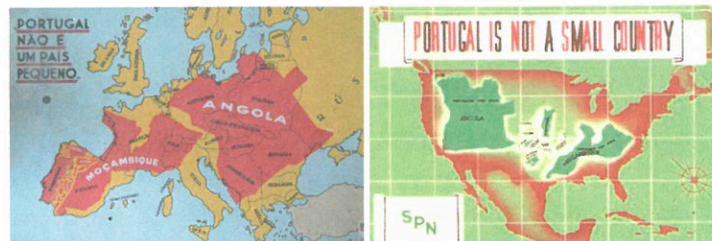


Figura 7: Editados pelo Secretariado da Propaganda Nacional (SPN), na década de 1930, estes dois postais (que os investigadores encontraram no arquivo da Biblioteca Nacional de Lisboa) ilustram a campanha empreendida pelo Estado Novo para projectar a ideia de Portugal como um país imperial. Sobrepondo ao mapa da Europa, por um lado (à esquerda), e ao mapa dos EUA, por outro (à direita), o mapa das colónias portuguesas, estes postais negavam que Portugal fosse um país pequeno, e batiam-se por uma ideia de nação “una, multirracial e pluricontinental”.

A memória na modernidade do olhar

Falar de postais ilustrados é, com efeito, falar da modernidade do olhar, um período de tempo que vai da invenção da máquina fotográfica à irrupção do computador². O bilhete-postal esteve sempre ligado às formas mais íntimas da comunicação interpessoal. O seu objectivo mais corrente foi o de comunicar à distância informações não partilháveis nos espaços públicos a familiares e a amigos. Foram, com efeito, as potencialidades da

ilustração que permitiram ao postal ilustrado a massificação da correspondência interpessoal. No entanto, o postal tradicional consiste sobretudo num singular registo etnográfico dos povos. Acompanhando a transformação da sociedade rural em sociedade urbana, o postal prestou-se à produção de um olhar de cariz não apenas cultural, mas também instrumental – comercial, publicitário, de promoção turística, de propaganda política.



O velho *medium* que é o postal, na aparência um meio de comunicação marginal, consolidou-se sobretudo pela fixação de uma memória colectiva, produzindo, por um lado, um olhar específico sobre cidades, aldeias e regiões (figura 8), ou seja, produzindo a imagem que uma cultura dá de si mesma, e ilustrando e patrimonializando, por outro lado, os seus usos e costumes. Da mesma forma que a tela do cinema e o ecrã do computador, o postal constitui uma espécie de janela aberta sobre o mundo, uma janela tecnicamente orientada, que determina as condições do olhar, local, regional e nacional. Memória viva das comunidades humanas, os postais ilustram paisagens, monumentos, lugares ou figuras típicas (figura 9). Fazendo-o, os postais são, todavia, muito mais do que um álbum histórico de uma comunidade ou de uma cidade;

Figura 8: Postal ilustrado de Bragança, da colecção particular de João Manuel Neto Jacob, representando uma vista geral da cidade. Circulou, conforme inscrição no postal, em Setembro de 1904.



são sobretudo reflexos das figurações humanas, ou seja, dos sonhos, que constituem o imaginário contemporâneo.

Nos postais existe uma espécie de genealogia do popular: eles registam uma compreensão das formas da tradição cultural e da observação da paisagem/natureza, que permite compreender o olhar de uma comunidade. Esse olhar, presente nas imagens, presta-se também a reflexões estéticas: com efeito, tal como na fotografia, as ilustrações deste meio de comunicação quotidiano implicam parâmetros não apenas de gosto e de beleza, mas também de vanguarda e de progresso.

Figura 9: Postal alusivo aos Costumes do Minho, representando figuras-tipo no corte do junco. Exemplar registado na Biblioteca Nacional com o código PI3692P

O cartão postal que é, por outro lado, o precursor dos postais electrónicos (*e-cards*), das *home page*, dos jogos digitais e dos *posts* em *weblogues*, integra a história da comunicação, que engloba a história das tecnologias da informação pela imagem. No percurso visual a que as ilustrações convidam, compreende-se que, numa certa medida, o postal ilustrado seja um modo de atravessar a modernidade, e também uma maneira de compreender as formas de comunicação que se podem caracterizar como pós-modernas, formas essas que, paradoxalmente, assinalam um regresso ao antigo e ao arcaico, pela mediação tecnológica. O postal ilustrado tanto valoriza, de facto, a interação, o apego e a aliança, dos indivíduos e das comunidades, aquilo que se poderia denominar como o seu enraizamento dinâmico, como valoriza o carácter fragmentário e múltiplo da existência, a instantaneidade, a emoção, a eferescência do instante, na alegria e na tristeza. O postal valoriza, ainda, a hibridação do homem e da máquina, misturando a reprodução mecânica das imagens (no passado a reprodução fotográfica, hoje a reprodução digital) e a expressão íntima de sentimentos. Numa palavra, o postal ilustrado abre ao quotidiano e ao banal e valoriza o

“ritmo da vida” (Maffesoli, 2004), fazendo o elogio daquilo que, estando à superfície, se abre todavia em profundidade, e deixando-se penetrar pelas formas simbólicas da existência concreta, da memória viva, enfim, do sentido humano.

Ora, o postal ilustrado integra o movimento que de meados do século XIX em diante concorre 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. É uma realidade contemporânea da máquina fotográfica, e também um fenómeno de massas. Como refere Clément Chéroux (2007: 10), pela utilização das técnicas fotográficas da “dupla exposição, deformação óptica e montagem”, o postal, que é muitas vezes uma mera «fotografia selada», 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 (*idem*).



Figura 10

(199) F. A. Martins, Praça Luís de Camões, 33 — Lisboa

No postal exprime-se já, com efeito, a aproximação da imagem às artes do espectáculo, essa subversão cénica da imagem, que compreende a labiríntica travessia do reino das imagens dos *media*, o que quer dizer a exibição em pose (com montagens, acessórios, e *décors*) de paisagens, ambientes, lugares, monumentos, objectos e tipos humanos, primeiro na tela fotográfica, também na tela cinematográfica e artística (na Pop Art, por exemplo), e depois na *passerelle* dos modelos e nos escaparates dos manequins (figura 10).

Figura 10: Apesar do aspecto rústico, que parece caracterizar esta imagem, é perceptível a encenação de uma pose, que marca a postura diante da câmara fotográfica. Exemplar relativo a Viana do Castelo, registado na Biblioteca Nacional com o código PI3914P.

Sendo um objecto produzido em série e uma realidade de massas, cada postal corresponde a um episódio singular, tanto pela mensagem como pelo itinerário incerto que perfaz, como assinala Jacques Derrida (1980), exigindo, por outro lado, uma travessia de distâncias espaciais e temporais, que ligam e desligam um remetente e um destinatário. Embora “tesouro de coisa nenhuma”, como observa o poeta Paul Eluard³, o postal, que havia sido apropriado pelos indivíduos e pelas famílias, 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 (figura 11).

Extraordinariamente versátil, o postal ilustrado é, apesar da sua aparente marginalidade, indispensável à compreensão dos *media* modernos. Ele é, na verdade, o prenúncio de uma época marcada pela abundância de imagens, ao mesmo tempo que antecipa, na combinação da imagem da face com o texto do verso, a multimedialidade que a Internet, depois da imprensa ilustrada e da televisão, tornou irreversível.

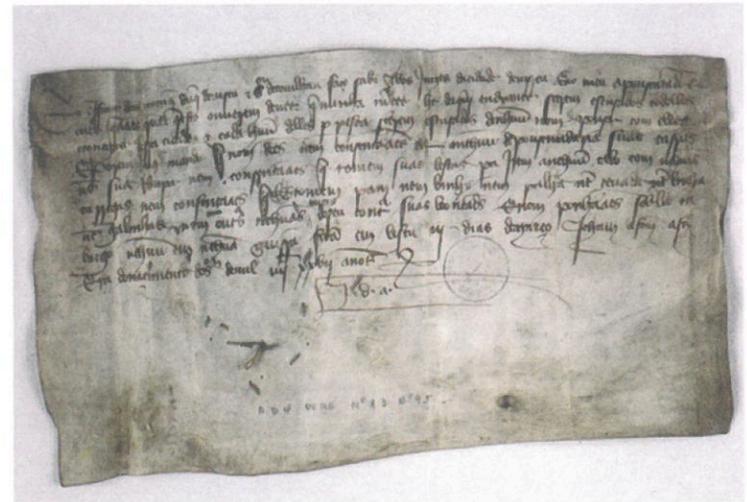


Figura 11: Reprodução da Carta de Privilégio do Infante D. Henriques, Duque de Viseu e Senhor da Covilhã, aos cónegos de Viseu. Edição do Arquivo Distrital de Viseu.

Para uma sócio-semiótica da imagem e do imaginário

Adiantando no tempo algumas das características estruturantes dos blogues contemporâneos, os postais ilustrados são, portanto, não apenas inevitáveis referências da história dos meios de comunicação, como também indispensáveis instrumentos para a compreensão da vinculação dos *media* à construção do imaginário popular. O interesse científico por este suporte de comunicação radica, pois, na convicção de que nos postais

ilustrados se encontra um prodigioso contributo para a análise do poder significativo da imagem, tanto em termos antropológicos e etnográficos, como em termos estéticos.

Financiado pela Fundação para a Ciência e a Tecnologia, o projecto *Postais Ilustrados: para uma sócio-semiótica da*



Figura 12: À esquerda um postal com a vista geral de Bragança – uma paisagem urbana de Trás-os-Montes. À direita, um postal alusivo aos costumes dos trabalhos de campo do Minho, a Viana do Castelo, registado na Biblioteca Nacional com o código PI3914P.

imagem e do imaginário (PTDC/CCI/72770/2006) reuniu uma equipa de sete investigadores, em torno dos seguintes objectivos: 1) estudar a história do bilhete-postal e da sua relação com a construção do imaginário popular; 2) contribuir para uma teoria da imagem e do imaginário, criando um quadro teórico no campo das artes visuais; 3) fazer o retrato sociológico das representações identitárias de diferentes regiões de Portugal continental; e 4) construir através de uma base de dados de postais digitalizados uma espécie de museu da memória.

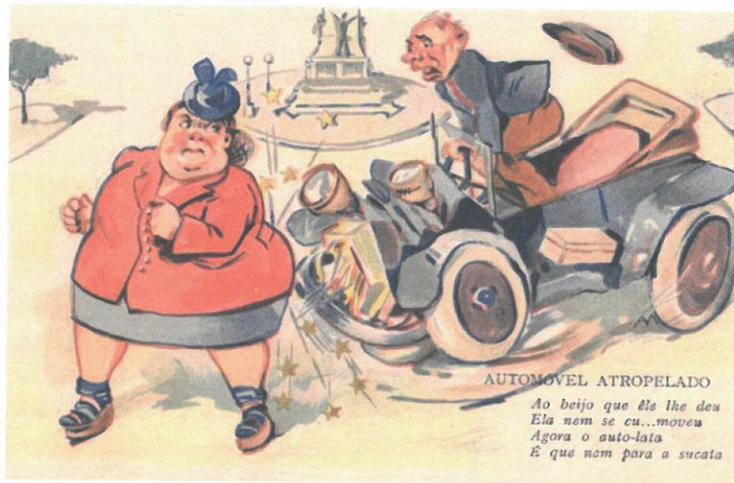
Tão diversos quanto a paisagem natural e urbana, por um lado, e tão ricos quanto a multiplicidade etnográfica dos países (figura 12), os postais ilustrados têm, por outro lado, essa relação de parentesco com a arte, na medida em que também neles se inscrevem padrões de gosto e de belo. Instrumentos de comunicação e artefactos estéticos (que serviram inclusive o humor – figura 13), os postais ilustrados são, por conseguinte, não apenas uma categoria de objectos colecionáveis, mas também um campo de fecunda análise das linguagens icónica e epistolar, que neles se manifestam.

Tomando como objecto particular de análise os postais editados para 5 cidades de Portugal continental – Viana do Castelo, Bragança, Braga, Viseu e Portalegre – o projecto que dá origem a este conjunto de brochuras fixou-se

particularmente nas potencialidades reveladas pelos postais ilustrados, no dealbar de uma época dominada por inteiro por imagens que se autotelizam. O propósito que os investigadores perseguiram não se confinou, no entanto, à análise dessa espécie de auto-retratos de terras e gentes, que os postais constituem para as cidades que representam. Os investigadores procuraram igualmente, nos postais ilustrados, os fundamentos de uma teoria da imagem, fazendo a associação dos esquemas pictóricos aos esquemas de construção da identidade.

Ao percorrer o país de Norte a Sul, em postais ilustrados, viajando tanto pela corda litoral como pela corda interior, de Viana para Braga, e daqui para Bragança, descendo depois até Viseu, para concluir o périplo em Portalegre, está-se, de alguma forma, a empreender uma história das imagens nos séculos XIX e XX, uma história que é feita tanto de passagens como de travessias, umas vezes seguindo os cursos banais do quotidiano (passagens), e outras vezes os caminhos inquietantes do desconhecido (travessias)⁴. E está-se, de igual forma, a empreender a travessia da memória que imprime carácter a um conjunto de comunidades portuguesas, na viragem contemporânea de meados do século XIX em diante, onde um “país pobre, tradicional e humilde”, entra, paulatinamente, na modernidade.

Com o intuito de simultaneamente traçar uma geografia imagética de algumas regiões do país e problematizar o papel dos postais ilustrados na história da comunicação multimédia, fez-se o inventário dos postais reunidos pelos investigadores, para cada cidade seleccionada, através da consulta da Biblioteca Nacional, de bibliotecas e museus locais, e de coleccionadores. Todo o material encontrado foi objecto de digitalização, tarefa que resultou na construção de um arquivo de mais de 6 mil imagens (de frente e verso),



ou seja, de mais de 3 mil exemplares de postais ilustrados: mais de um milhar em Braga; cerca de oitocentos em Viana; mais quinhentos em Viseu; uma centena e meia em Bragança e mais de duzentos em Portalegre. Apesar de generoso, o número está, sem dúvida, muito aquém da totalidade de postais editados no perímetro seleccionado.

Com efeito, apesar de, em 1931, se ter instituído em Portugal o Depósito Legal Obrigatório⁵, oficialmente não há um registo fidedigno de toda a produção portuguesa neste domínio. Editados muitas vezes por fotógrafos amadores, ou por iniciativa de instituições culturais, ou mesmo por interesse de organizações empresariais, os postais ilustrados portugueses são, por natureza, registos fragmentários e avulsos, característica a que acresce a irregularidade do seu arquivo.

Figura 13: Exemplar de uma série de postais ilustrados humorísticos, caricaturando uma mulher.

Museu da memória

Numa tentativa de colmatar o mais possível a falta de sistematização sentida no tratamento dos exemplares analisados, foi organizada uma base de dados, a partir da reprodução electrónica dos postais inventariados. Portugal ilustrado em postais é o repositório de um trabalho de registo, organização e catalogação de postais ilustrados de cinco regiões de Portugal continental⁶. Disponível em www.postaisilustrados.uminho.pt, a base de dados que resulta deste esforço de classificação de exemplares teve na sua criação um duplo objectivo: constituir-se como uma ferramenta de trabalho à equipa de investigadores, no sentido em que dá uma certa ordem à matéria empírica em análise, e tornar público uma espécie de museu da memória deste meio de comunicação visual.

Da análise dos exemplares de postais, digitalizados a partir de cedências, tanto de organismos públicos como de colecionadores privados, foi estabelecida uma grelha de classificação, composta, em síntese, por três grandes áreas de análise. Identificada a região representada (através das legendas da imagem ou da informação inscrita no verso do postal), procurou-se reconhecer na imagem um tema dominante. A abordagem prévia induziu a listagem de temáticas no seio da qual se distingue, por exemplo, a representação de ‘Espaços Urbano/Rural e Arquitectura’, a ilustração da ‘Sociedade e do Quotidiano’, das ‘Artes e Cultura’ ou da ‘Religião e Culto’,

bem assim como a alusão ao ‘Humor e à Caricatura’ ou os empréstimos da face à ‘Publicidade e ao Comércio’. Para cada uma destas temáticas foram consequentemente categorizadas várias especificações, que permitem fazer, do ponto de vista do conteúdo, uma descrição sistemática das evidências da imagem (figura 14).



Figura 14: Postal identificado na frente com Viana do Castelo. Classificado como um postal de ‘Sociedade e Quotidiano’, constituindo-se como um ‘Retrato individual de Figura-Tipo’. De acordo com a informação inscrita no verso, este postal foi editado pelo Secretariado da Propaganda Nacional, por ocasião da exposição de 1937 em Paris.

A inscrição a lápis, sobre o lugar do selo, traduz o código de registo na Biblioteca Nacional, onde este exemplar foi digitalizado.

Do ponto de vista da composição estrutural, os postais integrantes desta base de dados foram classificados, atendendo aos seguintes critérios: tipo de composição da imagem (desenho/fotografia/tipografia simples ou montagem); tipo de imagem (desenho/gravura, fotografia, tipografia); técnica de impressão; cor (policromia, preto/branco, sépia, verde...); e orientação da imagem (horizontal ou vertical). Por outro lado, foram também, na medida do possível, registados dados específicos relativos à dimensão do postal e à organização das suas duas faces (segundo a convenção actual ou outra) (figura 15).

Finalmente, apesar de o projecto *Postais Ilustrados: para uma sócio-semiótica da imagem e do imaginário* estar focado especialmente na dimensão visual do postal ilustrado, a base de dados de arquivo foi construída com a preocupação de garantir a sua utilidade futura para o estudo particular do verso dos postais, isto é, para o estudo do conteúdo das mensagens neles inscritas. É verdade que a maior parte dos postais encontrados constitui, nitidamente, objectos de colecção, que não terá chegado a circular através dos correios. No entanto, nos casos de postais realmente utilizados para correspondência, foram também anotados dados específicos relativos ao seu conteúdo epistolar. Classificou-se então, nesses exemplares, o conteúdo da mensagem (de viagem, de felicitação, romântica, de negócios, etc.), tendo-se igualmente assinalado, se a mensagem contida no postal é

de nível pessoal, se está escrita em língua portuguesa, se a organização da informação pelo remetente é convencional e se a caligrafia é normal, cifrada ou com efeitos visuais (figura 16).

Este Portugal ilustrado em postais é, pois, uma memória viva, de pessoas, gentes e lugares, primeiro seleccionada, depois fotografada, e finalmente constituída em arquivo digitalizado. Olhando estes álbuns de imagens, a história contemporânea de Portugal confunde-se com as imagens que lhe dão forma. E as imagens, quer sejam a fixação num cliché da traça de uma cidade, ou então de um dos seus motivos (monumento, rua, miradouro, paisagem, uso e costume), quer sejam comemorações de factos e personalidades com densidade histórica, local ou nacional, quer sejam ainda o reflexo das vivências insignificantes do quotidiano



Figura 15: Postal de Braga, classificado em termos de composição como fotografia simples, de cor sépia e posição horizontal. Trata-se de um postal organizado segundo a convenção actual, isto é, o verso é reservado para a escrita, sendo o lado esquerdo destinado à mensagem e o lado direito ao endereço do destinatário.

(trivialidades, curiosidades, emoções), são sempre imagens dessacralizadas, profanas, imagens de uma história em que os indivíduos e as comunidades, enfim, a vida e o mundo, se bem que palpitantes, se nos apresentam instáveis, ambivalentes, sinuosos, fragmentários, imperfeitos e efémeros. As imagens deste Portugal ilustrado em postais têm, com efeito, todos os matizes de que se reveste o humano.

Nos postais de Viana, Braga, Bragança, Viseu e Portalegre ressaltam as cores, que variam entre o cinzento turvo das velhas fotografias a preto e branco, e os tons excessivos da efervescência da vida, e mesmo os tons da irrealidade de que se reveste o sonho. Em muitos casos, os postais dos cinco álbuns cobrem de irrealidade o quotidiano, como se os álbuns fizessem das gastas e populares imagens as passagens de um sonho. Por constituírem fragmentos visuais da nossa memória, os surrealistas consideravam-nos uma base experimental para o estudo do pensamento inconsciente moderno e popular: por essa razão, aliás, os postais foram e são apropriados e subvertidos pelos movimentos artísticos, que contribuem, também eles, para desenhar o imaginário contemporâneo.

Figura 16: Postal enviado de Bragança para Vila Nova de Gaia, em 30 de Agosto de 1907. Apesar de escrita em caligrafia normal, a mensagem é de difícil leitura, começando com a seguinte informação: «Acabo de visitar a terra dos nossos antepassados...». O remetente respeita a organização da informação, embora o postal não siga a convenção actual. Ao contrário do formato em vigor, estão invertidas as posições da mensagem e do endereço, bem como o lugar destinado ao selo.



Cidades ao espelho do postal

Escapando à quase inevitabilidade das grandes cidades turísticas de Portugal, esta colecção de brochuras explora a maneira como ao longo de mais de um século lugares talvez mais discretos se deram a ver através do bilhete-postal ilustrado. O resultado principal desta investigação podia ter sido um livro único ou um catálogo em papel dos postais examinados, como os vários que já existem na bibliografia portuguesa. No entanto, quis esta equipa de investigação aproximar o resultado da natureza própria do postal. Sumários apontamentos, portanto, da imagem de Braga, Viana do Castelo, Bragança, Portalegre e Viseu, ao espelho dos postais, este conjunto de *booklets* repete na sua estrutura, de algum modo, o jeito do bilhete-postal: é regionalizado, tão ilustrado quanto possível e breve.

Não deparamos mais no postal ilustrado com esse momento heróico da cultura ocidental, que assinala a irrupção da forma criadora como momento originário da essência das pessoas, das comunidades humanas e das coisas, como acontecia com a pintura. Pelo contrário, nas múltiplas vistas destes postais ilustrados acontece que o mundo inscreve no cartão o acontecimento das pessoas, das comunidades e das coisas. Este deslizamento da essência das coisas para o acontecimento, para os estados de facto e para os estados de mundo, participa do movimento moderno que subverte o reino da imagem. Passámos, com efeito, da universalidade das imagens da arte, originais e únicas, para um mundo

profano e laico, com as suas singularidades próprias, de que são exemplo, uma comemoração, um monumento, uma peça do património arquitectónico, museológico e artístico, assim como para as multiplicidades do quotidiano: os lugares, as paisagens, os ambientes, os tipos humanos, os objectos.

Começámos pela “idade de ouro do postal em Viana”, na exuberância excessiva desta cidade; descobrimos na paisagem urbana os ‘cheios’ e os ‘vazios’ da imagem identitária de Braga; contemplámos a paisagem brigantina, fixando o olhar na cristalização de Bragança no tempo (um “para sempre”); descemos entretanto à “Beira-postal” da vaidade viseense, reconhecendo os seus lugares prováveis, pelo traço arquitectural e a sumptuosidade de alguns dos seus edifícios; e deixámos prender o olhar às “múltiplas vistas” de Portalegre, pressentindo nelas a vertiginosa passagem do tempo, pela recreação dos espaços, pelos distintos ritmos do quotidiano e pela alteração da atmosfera da comunidade. Em cada um destes pequenos livros existem, pois, elementos da história dos postais ilustrados, e também particularidades da imagem que eles fixaram de cada uma das cidades. «Emissário afortunado de todas as simpatias», como se dizia em 1917, na revista *Ilustração Portuguesa*, o bilhete-postal é a bússola gentil deste percurso. Qual «pequenino pajem do Flirt e do Sorriso», ele é ainda, apesar da pressa que o inventou, o que fica dos afectos da viagem.

Notas:

1. Conta-se que em França terão existido, no início dos anos 1900, pelo menos cinco clubes de troca e ligação entre colecionadores e 33 revistas especializadas na matéria.
2. Este período de tempo faz convergir os três regimes da imagem, que Laurent Gervereau (2003) na sua *Histoire du visuel au XXe siècle* assinala como eras sucessivas: a era do papel (1848-1916), a era da projecção (1916-1960) e a era do ecrã (1960-2000).
3. “Trésors de rien du tout” – é assim que Paul Eluard no n.º 3-4 da revista *Minotaure*, em 1933, define os postais. Como repositório de imagens míticas, o postal reencontra o aforismo de Pessoa: “O mito é um nada que é tudo”.
4. A passagem não é a mesma coisa que a travessia. Podemos fazer a passagem de um rio de uma para outra margem. Essa será todavia uma experiência sem sobressalto, tranquila, por não serem de esperar grandes obstáculos a transpor. Nas passagens existe a habitualidade de um caminho conhecido. Coisa diferente é, todavia, a experiência de uma travessia, que nos traz sempre grande inquietação pela sua perigosidade. É o perigo que a caracteriza fundamente: fazemos a travessia de um oceano, de um mar de tentações, de um deserto...
5. Hoje regulado pelo Dec.-Lei 74/82, de 03 de Março e pelo Dec.-Lei 362/86, de 28 de Outubro, este princípio obriga o depósito de diversas tipologias de publicações, estando devidamente explicitados no articulado da legislação os bilhetes-postais ilustrados (Apondo 2 do Art.º 4º do Dec.-Lei 74/82. Actualmente, a Biblioteca Nacional, que é depositária de todas as publicações portuguesas, conta com um tomo de 28 mil postais ilustrados, arrumados em gavetas de arquivo sem classificação particular. Poder-se-ia pensar que este número representaria a totalidade de postais editados em Portugal. Contudo, o que encontramos na Biblioteca Nacional é um depósito disperso, onde se mistura o que chegou por via da obrigação do registo das produções nacionais, mas também (talvez sobretudo) colecções privadas doadas ao Arquivo Central, que misturam postais nacionais com postais estrangeiros.
6. Como provavelmente todos os trabalhos desta natureza, a base de dados Postal a Postal não é um trabalho fechado ou concluído. Aberto à permanente actualização e inserção de novos registos, o suporte deste inventário presta-se ainda à sua expansão para o registo de outras cidades do país.

Referências Bibliográficas

CHÉROUX, Clément & Eskildsen, Ute (2007), *La photographie timbrée. L'inventivité visuelle de la carte postale photographique*. Göttingen: Steidl Verlag / Paris: Jeu de Paume.

DERRIDA, Jacques (1980) *La carte postale de Socrate à Freud e au-delà*. Paris: Flammarion.

EDUARD, Paul (1933) “Trésors de rien du tout”, *Minotaure*: 3-4.

GERVEREAU, Laurent (2003) – *Histoire du visuel au XXe siècle*. Paris: Éditions du Seuil.

KLAMKIN, Marian (1974) *Picture Postcards*. London : Newton Abbot

MAFFESOLI, Michel (2002) *Le rythme de la vie. Variations sur les sensibilités postmodernes*. Paris: La Table Ronde.

PHILLIPS, Tom (2000) *The postcard century, 2000 cards and their messages*. London: Thames and Hudson

STAFF, Frank (1966) *The picture postcards and its origins*. London: Lutterworth Press

WILLOUGHBY, Martin (1993). *História do Bilhete-Postal*. Lisboa : Caminho

Ficha técnica:

Título: Postal a Postal

Autor: Moisés de Lemos Martins e Madalena Oliveira

Edição: Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade

Local: Braga

Ano: 2011

Apoio:

FCT [Projecto Postais Ilustrados: Para uma Sócio-Semiótica da Imagem e do Imaginário PTDC/CCI/72770/2006, coordenado por Moisés de Lemos Martins].

Ilustrações:

Reprodução digital de postais recolhidos para estudo, junto da Biblioteca Nacional e de colecionadores privados.

Design e Impressão: nextbrand.pt

ISBN: 978-989-97244-5-7

Depósito Legal: 336 491/11

”postal a postal”