

Frente e verso - Diálogos Ilustrados

Moisés de Lemos Martins e
Maria da Luz Correia

Precursor das formas de comunicar ditas pós-modernas, o postal ilustrado é um fenómeno comunicacional na aparência marginal relativamente aos grandes *media*, isto é, à imprensa escrita e audiovisual, assim como ao multimédia e à Web 2.0. O postal é normalmente desconsiderado em relação a estes *media* de maior visibilidade. No entanto, este meio de comunicação permite-nos compreender as correntes de transformação cultural, histórica e sociológica, de uma época e de um lugar precisos, exatamente da mesma forma que outros formatos e suportes de comunicação. Pensamos, a este propósito, no gramofone, na câmara de filmar e na máquina de escrever, tal como estes foram estudados por Friedrich Kittler (1999), assim como também pensamos, por exemplo, nas montras das lojas. É nosso entender que neste tempo em que os suportes de comunicação e as redes sociais digitais, como o Twitter e o Facebook, se tornam omnipresentes, os meios de comunicação aparentemente marginais, mas muito mais singulares e passíveis de personalização, ganham uma importância decisiva para a reapreciação do peso que exercem na comunidade.

Com frente e verso, uma imagem fixa e um verso em branco, que carece de uma mensagem pessoal, o postal ilustrado valoriza, com efeito, tanto a interatividade como a ligação. “Pré-histórico” para alguns (fig. 1), o postal é, no entanto, a nosso ver, “pós-moderno”. Ele dá lugar àquilo que Michel Maffesoli (1979: 82) designa por “enraizamento dinâmico”, assim como combina com o carácter fragmentário e múltiplo da existência, a instantaneidade, a emoção, a

Livros e ministro à toa



FAMÍLIA. A de Nazareth Fernandes reuniu Portugaláia, Buchholz e Sá da Costa. É obra! Mas suscita algum carinho, pelos nomes envolvidos.

POSTAL. Surpresa total: jovens de 18 anos, filhos de amigos, ignoram o que seja um bilhete postal. Passou a pré-histórico.

D. ANTÓNIO Reis Rodrigues. 90 anos celebrados hoje. Uma grande figura da Igreja.

CLINTON I. Hoje, no Museu da Electricidade. Bom tiro da EDP e de Miranda Correia.

Tema forte: problemas sociais mundiais.

CLINTON II. Questões a evitar por Clinton na conferência: sobre Barak Obama ou eleições americanas.

CORRUPÇÃO. Novo Conselho de Prevenção não é independente do Governo. Acusa Pinto Monteiro. Só faltava mais essa...

VITAL Moreira. Artigo sobre o Boloco Central. A ver bem o filme. Na altura devida, cobraremos – cada qual na sua casa – aos distraídos (verdadeiros e falsos) de hoje.

AGRICULTORES puseram condições a Jaime Silva. Governo sofre.



PERDEU a cabeça. O ministro. Desatou a chamar de extremistas à CNA e à CAP. Com ministros assim, o PSD ganha 0,5% todas as semanas.

TAXISTAS esperam recuo iminente. Governo pensa em eleições. Bem pode.

SÓCRATES. Aparece como novo ministro da Agricultura. Boa ideia! Sobretudo se Vitorino for para primeiro-ministro.

TRABALHO. Governo recuou no essencial. Todos felizes!

OCDE. Dá uma ajudinha ao Governo. Mas previne sobre megalomanias em investimentos.

TURCOS. Foi pena o 3-2 no fim. Mas há duas sem três...

Fig. 1. Imagem do semanário Sol, de 28 de junho de 2008, em que Marcelo Rebelo de Sousa afirma que o postal é "pré-histórico" (convocado por Moisés de Lemos Martins no post de 29 de junho de 2008).

"efervescência do instante" (Maffesoli, 2000). O postal exemplifica também a hibridação do homem e da máquina, misturando a reprodução mecânica das imagens (hoje reprodução digital) e a expressão íntima dos sentimentos. Em suma, o postal abre espaço ao vulgar, ao banal (Sami-Ali, 1980; Maffesoli, 1985; Jost, 2007); ele tem a cadência do quotidiano, o "ritmo da vida", para utilizar mais uma vez uma fórmula de Maffesoli (2004). Fazendo o elogio da superfície (é isso o quotidiano), o postal abre em profundidade, exprimindo a vida.

Demonstrando que o postal ilustrado é dado a muitas facetas, que contém uma representação estabilizada num papel, mas também suscita um diálogo dinâmico, sabemos hoje que o bilhete-postal atravessa uma renovada fase de êxito e que é o objeto de culto em torno do qual giram redes sociais e lugares virtuais de encontro e trocas emocionais, como a comunidade *Postcrossing* ou o projeto artístico on-line de Frank Warren, o *Postsecret*.

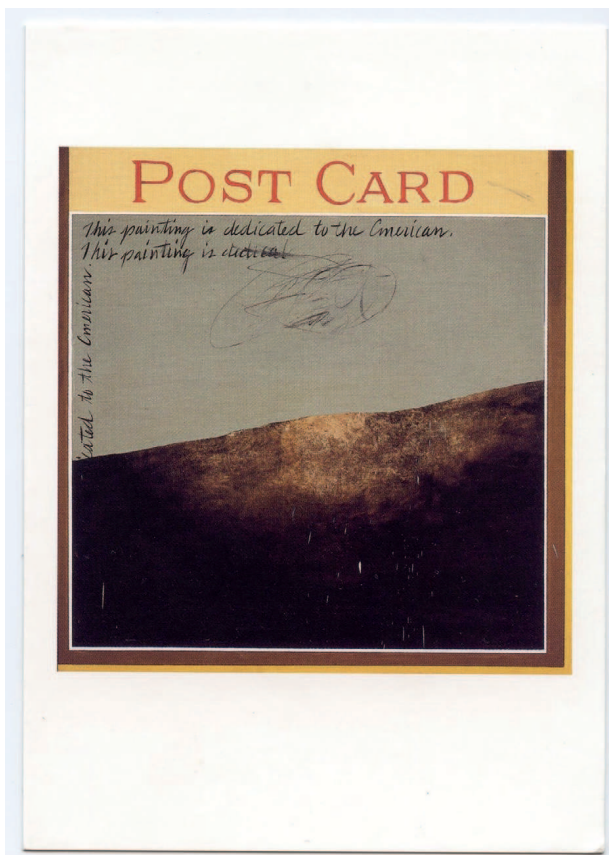


Fig.2. Postcard, 1966, Lyn Foulks. A iconografia dos postais é apropriada pelo artista norte-americano nos mesmos termos que “o rosto do Mickey da Walt Disney”, conforme o propõe Maria da Luz Correia no post de 26 de junho de 2008.

Enviar uma imagem: da belle époque à era da Web 2.0

O postal esteve sempre ligado às formas mais íntimas da comunicação interpessoal: ele prestava-se muitas vezes à comunicação à distância, com familiares e amigos, de informações não partilháveis no espaço público. Velho *médium*, precursor dos e-cards, das *home-pages*, dos jogos digitais e dos posts em weblogues, o postal apareceu no final do Século XIX: 1865 foi o ano da primeira tentativa de oficialização do postal, apresentada por altura do 5º Congresso Postal (Paris). No entanto, apenas quatro anos mais tarde, os postais viriam a ser admitidos pela primeira vez (na Áustria) como formatos legítimos para a circulação de mensagens.

Contemporâneo da fotografia e da “era da reprodutibilidade técnica” (Benjamin, 1936-1939), o primeiro postal ilustrado apareceria um ano mais tarde. A partir dos anos 90 do Século XIX, os postais ilustrados tornaram-se elementos da iconografia popular (fig. 2), graças ao desejo de circulação de imagens, que caracterizou a viragem do Século XIX para o XX. As duas

Las tarjetas postales. Que poner y como enviarlas.

¡Novedad!
Este artículo se puede oír. Haga clic en el botón **Reproducir** para escuchar el contenido en su pc. Si desea avanzar o retroceder haga clic en la barra de reproducción. Use el botón de pausa para detener la reproducción.

Por favor Leer  Leer  Párrafo 2



Las tarjetas postales , al igual que el resto de la correspondencia se han visto seriamente afectadas por el gran avance de las nuevas tecnologías. Antes era casi de obligado cumplimiento enviar una tarjeta cuando se salía de vacaciones o se iba a un país extranjero. Hoy en día es más sencillo y económico enviar un correo electrónico. Otra de las razones, podría ser que antes la gente no salía tanto de viaje como ahora, que la gente se desplaza en

Semana Santa, Navidades, verano, puentes, etc.

Hay que elegir alguna imagen representativa del lugar donde nos encontremos, evitando enviar esas postales , que ni son graciosas ni representan nada del sitio donde nos encontramos. No tenemos por que elegir la típica postal del monumento representativo de la ciudad (Torre Eiffel, Coliseo de Roma, etc.), pero si que podremos encontrar alguna original de un barrio de la ciudad, de un monumento poco conocido, etc. Seamos originales.

"Rellenar" una tarjeta postal requiere sus dosis de imaginación e ingenio, para no caer en los tópicos, tales como: (Caribe) el tiempo es estupendo, (Roma) todo es precioso, (Paris) se respira el amor ... Aunque el espacio es pequeño, podemos expresarnos sin utilizar texto tipo telegrama. Puede poner alguna anécdota que les haya ocurrido o ir adelantando algo que les contará cuando llegue. Piense bien quien es el destinatario de la postal, para no hacer llegar reflexiones demasiado íntimas a alguien no muy conocido. Y no debe olvidarse firmar la postal.

Antes de eso, personalmente prefiero enviar las tarjetas postales en su sobre, para preservar ese trocito de intimidad que lleva la postal escrita. Por supuesto que las postales no se envían el día antes de volver de vacaciones o viaje (y que lleguemos nosotros antes que la postal, que a veces ocurre igualmente). Tampoco sea tan previsora que las envíe según va en el medio de transporte a su destino. Si va estar pocos días enviadas en los dos primeros días para que llegue a tiempo. Si la estancia va a ser prolongada, puede hacerlo a la mitad de su estancia.



Fig.3. Template do site Protocolo y Etiqueta, onde é possível aceder às “regras e recomendações” para a redação dos postais, como explica Albertino Gonçalves no post de 31 de julho de 2008.

primeiras décadas do Século XX foram um período glorioso para a história dos postais ilustrados, dada a sucessão de progressos significativos nas artes gráficas em que esta época foi fértil, designadamente no que concerne às técnicas de impressão de imagens. Produzindo a imagem que uma cultura tem de si mesma, ilustrando e “patrimonializando” usos e costumes, o postal vai permitir então a produção de um singular registo dos povos: na face do postal, acontece a produção de um olhar. E aí está a razão pela qual podemos dizer que o postal desempenhou um papel importante na constituição da civilização da imagem (Martins, 2002, 2009) e na construção do imaginário popular, através de representações etnográficas, geográficas, históricas e patrimoniais, e também de criações humorísticas, satíricas e publicitárias. Por fim, dado constituir um suporte visual da memória coletiva, o postal contribui para aquilo que o historiador Laurent Gervereau (2003: 30) considerou como a principal marca do nosso tempo: a “acumulação de imagens de todas as épocas e de todas as civilizações, utilizando todos os suportes”¹.

Com efeito, graças às potencialidades da ilustração, o postal contribuiu para a massificação da correspondência interpessoal. Além da imagem, o postal contém um verso em branco, que normalmente se inscreve com concisão: duas ou três palavras afáveis, uma assinatura e o endereço do destinatário. Ainda hoje, quando completamos um postal, fazemos pouco mais do que retomar as “saudações que pontuam os trajetos quotidianos”, mencionadas por Michel Maffesoli (1979: 91). Para que elas sejam usadas do modo mais cuidado, há um protocolo epistolar razoavelmente consensual, que é declinado, por exemplo, em sites como Protocolo y Etiqueta (fig. 3). Devido ao seu tamanho standard (10cm*15cm), os postais, quando comparados com as cartas, impõem uma grande economia de linguagem e restringem a mensagem a poucas palavras. Os postais são curtos “sinais de vida” como refere a investigadora norueguesa Bjarne Rogan (2005: 6), no sentido em que são cartões pequenos, com pouco valor informativo, mas com elevada função expressiva. Pressupondo a escolha de uma ilustração, a compra de um selo, o envio e a receção numa caixa de correio, o postal é no seu todo uma experiência, um gesto, uma surpresa, um dom... Apesar do caráter breve da sua mensagem, que prenuncia as abreviaturas das sms's ou as mensagens curtas do Twitter², o postal pressupõe um ritual que nada tem que ver com o ritmo “quase instantâneo” que Derrida (1995:36) apontava a um suporte revolucionário como o e-mail. Circunscrito

1 Gervereau retoma assim o tema do arquivo, desenvolvido desde Foucault (1966) e que é particularmente aprofundado por Derrida (1995) e Baudrillard (1992).

2 Julia Gillen e Nigel Hall, investigadores da Universidade de Lancaster e da Universidade Metropolitana de Manchester (Reino Unido), respetivamente, têm comparado vários aspetos dos postais ilustrados da primeira década do séc. XX aos micro-posts do Twitter. Se o twitter permite escrever 140 caracteres, o postal pelo seu pequeno tamanho também possibilitava apenas uma fórmula sucinta. Por outro lado, segundo dados recentes, a rede social e o website, criados em 2006, têm hoje cerca de 55 milhões de visitas por mês; quanto ao postal, os investigadores britânicos afirmam que em Inglaterra, entre 1901 e 1910, foram enviados seis biliões de postais e que chegaram a ser realizadas seis entregas de correio por dia, nas cidades principais. “The Edwardian Postcard” <http://www.Lancs.ac.uk/fss/centres/lirc/activities/641>. Acedido a 27 de Junho de 2010.

À l'heure d'INTERNET La Carte Postale fait de la Résistance

Éditions Maurice Juan
Mémoires du XX^e siècle

Fig.4. Postal editado pelas Éditions Maurice Juan e adquirido na Mona Lisait, em Paris, onde segundo Moisés de Lemos Martins se “vendem postais para resistir à Internet” (post de 28 de junho de 2008).

a um cartão cujo verso é normalmente manuscrito e cuja imagem está estabilizada, geralmente, num papel, o postal ilustrado parece vindo de um outro mundo de relações que não o atual, cujas ligações interpessoais à distância se enlaçam progressivamente através de um ecrã e de um teclado (do computador, do telemóvel...).

Ora, surpreendentemente, no nosso tempo “acelerado” (Virilio, 1995), em que o ritmo das trocas sociais passou a ser o tempo real dos nossos ecrãs, investigadores como Malaurie (2003), Ripert e Frère (2001), assim como Hossard (2005), consideram que vivemos a segunda idade de ouro do postal ilustrado tradicional (fig. 4). Artigos de imprensa publicados recentemente sobre o assunto³, ao revelarem certos dados estatísticos sobre a produção, o consumo e a utilização de postais na atualidade, confirmam esta renovação do postal. Na época do “êxtase da comunicação”, para retomar uma ideia de Jean Baudrillard (1987), o postal não se revela apenas, é um facto, como o precursor de formatos como o Twitter, as mms's, ou mesmo os posts dos weblogs. Vemo-lo, com efeito, circular hoje no seu formato tradicional, sendo de admitir que ele passa por um renovado período de sucesso.

³ A 17 de Julho de 2008, o Travel Blog do *The Guardian* assinalava num post, cujo título era “Postcards back from the edge”, a ressurgência do sucesso dos postais, que estaria associada às férias na costa britânica. “Postcards back from the edge”, *Travel Blog – The Guardian* (July 17, 2008) <http://www.guardian.co.uk/travel/blog/2008/jul/17/postcardsbackfromtheedge>. Acedido a 7 de Junho de 2010.

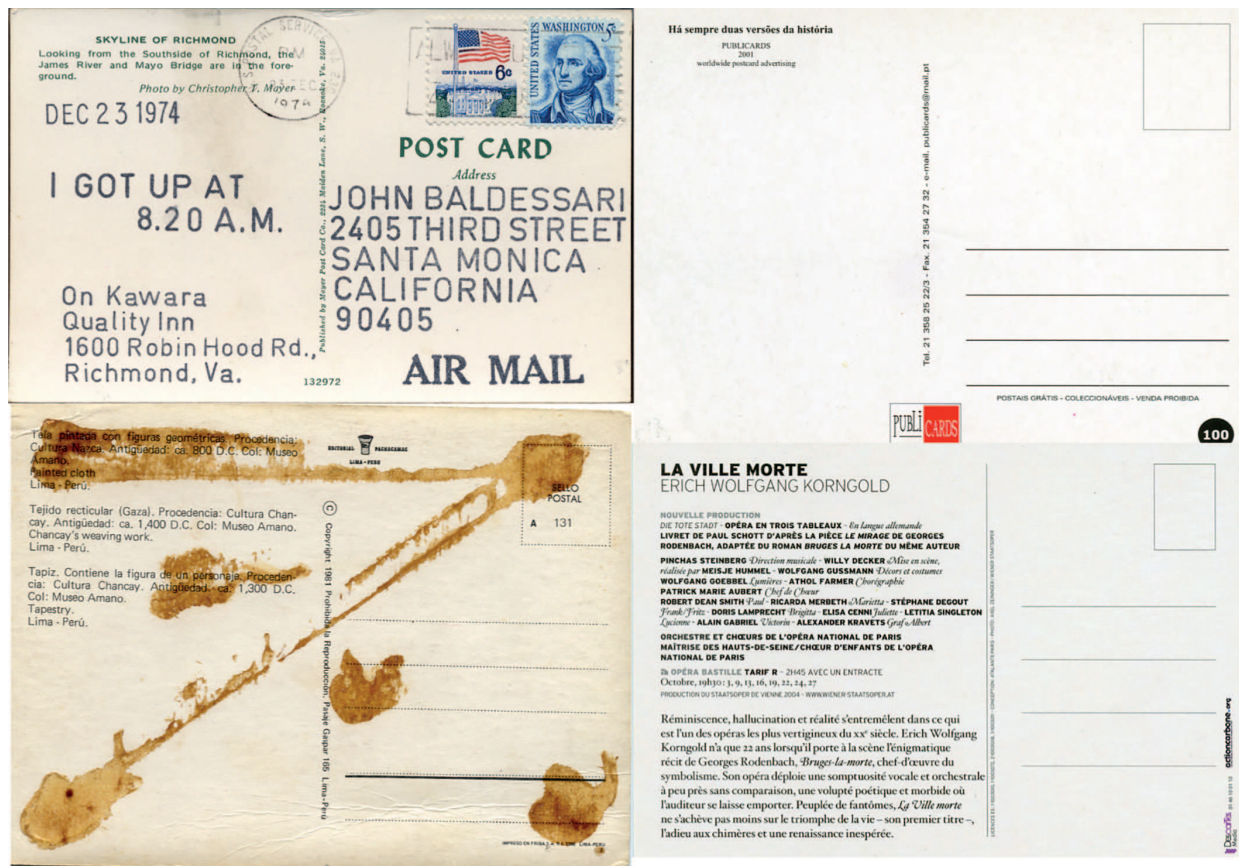


Fig.5. Mosaico de postais criado e publicado por Maria da Luz Correia no post de 16 de outubro de 2009, para ilustrar as diferentes incursões do postal na “arte, decoração, publicidade, design”. O mosaico é composto por uma reprodução de I got up de On Kawawa, pela face de um postal usado para decoração, pelo verso de um postal publicitário (onde se inclui a ficha técnica da ópera publicitada) e pela ilustração de um postal publicitário.

Um aspeto que pode em primeiro lugar ter contribuído para uma tal renovação é a multiplicidade de funções deste meio de comunicação (fig. 5). A investigadora Bjarne Rogan refere-se a este aspeto multifacetado dos postais quando fala das “funções enredadas” (2005: 1) deste objeto e o define como um “objeto embaraçado”. Para a socióloga, o postal pode ser analisado como “um objeto colecionável, uma prenda, um souvenir, um meio de comunicação”, um portador de mensagens, um objeto de troca, um objeto estético, etc. Nicolas Hossard (2005: 38), por sua vez, refere-se também a este leque de finalidades que cabem no pequeno cartão de duas faces, quando escreve sobre o lugar singular dos postais no universo das imagens, explicando que estas correspondem a funções comerciais, artísticas, memoriais e documentais.

Mas mesmo atendendo unicamente à função epistolar do postal, ao seu caráter de meio de correspondência, concluímos facilmente que a prática de

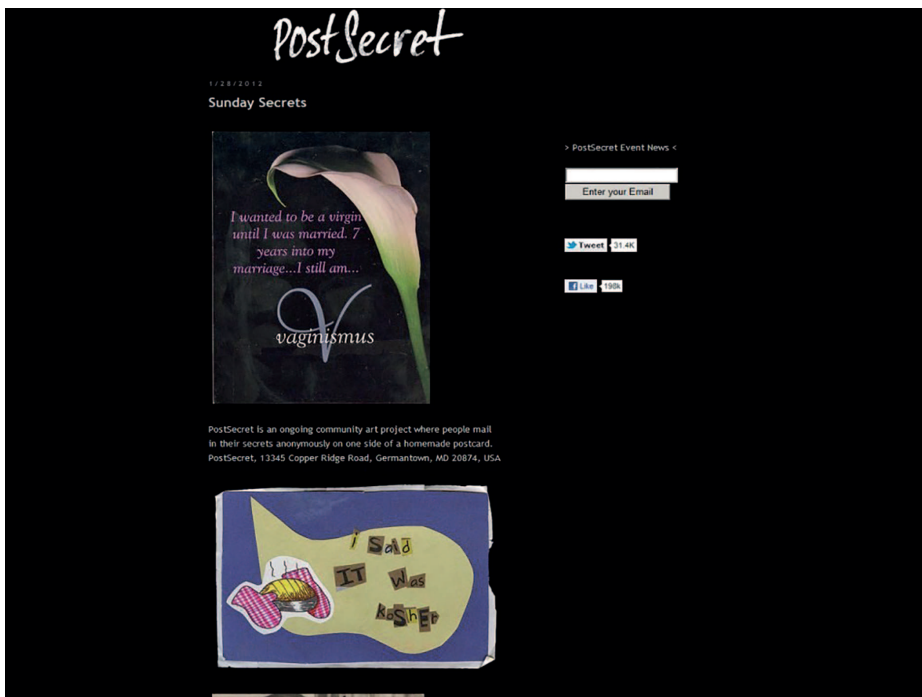


Fig.6. PostSecret de Frank Warren, um projeto que consiste em receber “segredos postais”, tal como foi convocado por Maria da Luz Correia no post de 17 de janeiro de 2008. Fotografia do fundador do Postcrossing, disponibilizada no site desta comunidade virtual referida por diversas vezes no blogue Postais Ilustrados.

troca de postais pelo correio é recentemente objeto de reapreciação. Escolhido, escrito, enviado, o postal pode ter ganho atualmente novos adeptos, sobretudo devido à sua contrastante morosidade, pois adquire uma raridade apreçada pelo destinatário, através do esforço suplementar que exige ao remetente. Os nossos tempos de ligações virtuais, de ecrãs estandardizados e frios, parecem ter trazido ao postal – objeto manuscrito, com uma superfície material – uma reforçada e estimada intimidade. Transformado em pretexto de interação entre pessoas que gostam de enviar e receber correio real, o postal é hoje revalorizado pela maior familiaridade e pelo contacto próximo que pressupõe, sendo assim assimilado às ferramentas do ciberespaço.

É o postal e a prática tradicional do seu envio que estão no centro de fenómenos sociais como o *Postcrossing* e o *Postsecret*, comunidades que datam da era “webitude” (Kerckhove, 1997: 205) e que gozam de extrema popularidade (fig. 6). O *Postcrossing* é uma rede internacional, fundada em 2005, com cerca de 97027 membros, que permite trocar postais pelo correio com todas as partes do mundo (200 países já foram destinos dos postais circulados, até agora). Acedendo ao site desta comunidade virtual, podemos inscrever-nos e transformar-nos facilmente num *postcrosser*: criamos um perfil, requeremos o endereço de um outro membro (escolhido aleatoriamente), enviamos-lhe um postal e esperamos receber um outro. O *Postsecret*, projeto de mail-art do norte-americano Frank Warren, concebido em 2004, consiste na troca de postais feitos à mão, onde se revelam anonimamente segredos íntimos nunca antes confessados (estes postais são endereçados a Frank Warren, e publicados semanalmente no blogue do artista). Comunidades virtuais como estas tornam manifesta a relação entre as tecnologias da comunicação contemporâneas e este formato epistolar aparecido no Século XIX, particularmente a estetização da experiência, a urgência da partilha de afetos, o uso da técnica em prol da proximidade com o outro.

“Estou aqui!”, entre a banalidade e a poesia

Meio de correspondência informal e fragmentário, o postal torna-se um objeto propício ao estudo do quotidiano na sua relação com o imaginário. Se o quotidiano se opõe ao imaginário, como o considera Sami-Ali (1980), o postal parece um objeto onde estas duas dimensões da vida – o vulgar e o onírico – não cessam de se cruzar. Como o mostra com ironia o romancista Enrique Vila Matas, a propósito dos postais que recebe em Agosto (fig. 7), o postal ilustrado é um gesto que na sua trivialidade significa sobretudo isto: “Eu estou aqui e lembrei-me de ti”.

A mensagem e a imagem são muitas vezes redundantes e servem-se dos lugares comuns do repertório expressivo popular: são clichés e fórmulas feitas. Neste sentido, o postal integra a estética do “banal”, tal como é compreendida por Sami-Ali (1980): trata-se do ciclo repetitivo e cíclico das nossas vidas – o monótono, o uniforme, o indiferente. No entanto, como o menciona Sami-Ali (1980: 23), os objetos vulgares convocam uma “atividade fantasmática” e um imaginário que se opõe à sua banalização. O postal não faz exceção. É ao longo destas superfícies profundas⁴ em que se decide uma troca e o gesto banal de partilhar uma imagem pelo correio, que o postal está às vezes carregado da singularidade da poesia. Por exemplo, como o demonstra Joannis-Dauberne (2008), se se trata da “literatura” estereotipada dos postais de amor, a forma, e muito especialmente, as transgressões da forma como os erros ortográficos, dão lugar à autenticidade (fig. 8). Este suporte, conservando sempre uma certa ligeireza, comporta um jogo de sedução. O postal faz uma síntese entre a informalidade despreocupada e uma proximidade “sensológica” para glosar Mário Perniola (1993). Uma tal síntese está bem explícita no comentário publicado no início do século em *Ilustração Portuguesa* (1917 :104): “Tem o encanto de todas as ternuras sem conseqüências e de todas as pequeninas mentiras sem compromissos. Nem a secura mercenária do telegrama, sem a intimidade, fastidiosa, grave, perigosa, das duas folhas de papel de carta”.

A sensibilidade deste meio de comunicação sugere uma estética da vida, que se exprime na informalidade do suporte limitado a poucas palavras e na importante troca afetiva que ele envolve. Numa época em que é a “ambivalência” que caracteriza fundamentalmente as relações humanas (Martins, 2010), é também o diálogo emocional que confere a riqueza polissémica à mensagem e que empresta ao cliché uma multiplicidade de olhares. A prática da correspondência por postal é um ritual associado às relações afetivas e ao lazer e a sua mensagem acompanha frequentemente os presentes. O postal é um meio de comunicação mas também um objeto sentimental, que convoca o outro,



Fig.7. Romancista catalão Enrique Vila Matas, autor de Breve antologia de postais deses- perados, reproduzida “quase na íntegra” por Maria da Luz Correia no post de 1 de agosto de 2008.

⁴ A superfície é compreendida por nós como “concauidade das aparências”, para retomar a fórmula de Michel Maffesoli “creux des apparences”, isto é, como “profundidade do que é superficial”, de acordo com uma expressão de Maurice Blanchot (1969: 357). Na verdade, com a sua superfície reduzida e anódina, o postal dá lugar a uma troca íntima. De um modo mais geral, é também “à superfície que o humano se abre em profundidade” (Martins, 2010).



Fig.8. Capa do livro *Parlez-moi d'Amour avec des fautes d'orthographe*, onde, segundo Moisés de Lemos Martins (post de 12 de julho de 2008), são apresentados postais de "poesia estereotipada" e "escrita deficiente".

as ocasiões de liberdade e de agitação como as viagens, as situações de forte carga imaginária como as relações amorosas... Neste sentido, o postal não é apenas um registo etnográfico dos povos, das suas tradições e identidade, mas está também associado a experiências de multiplicidade, de instabilidade, e de nomadismo, ajustando-se, como já o notámos, à ideia de “enraizamento dinâmico” desenvolvida por Michel Maffesoli (1979: 82).

O postal é assim um modo de correspondência com ilustração. Sendo um objeto tecnicamente orientado, é sobretudo um artefacto estético, e mesmo um objeto “mitológico”, no sentido em que Baudrillard (1968) utiliza esta expressão. A prática do seu envio, morosa e retrógrada, quando comparada com o carácter imediato e a versatilidade dos suportes eletrónicos, revela-se no entanto atual pela entrega emocional e pelo apelo sedutor que pressupõe. *Medium* marginal, cuja vocação epistolar é hoje reavivada – e é-o muito particularmente no contexto da web e das suas ferramentas, como vimos - o postal ilustrado enquadra-se na sensibilidade pós-moderna, onde “o presente, as circunstâncias, o aleatório e as emoções” (Martins, 2010) ganham cada vez mais importância.

Bibliografia

- BENJAMIN, W. (1992). Sobre Arte, Técnica, Linguagem e Política. Relógio d'Água: Lisboa.
- BAUDRILLARD, J. (1992) *A greve dos acontecimentos*. Lisboa : Teorema.
- BAUDRILLARD, J. (1968). *Le système des objets*. Paris: Éditions Gallimard
- BAUDRILLARD, J. (1987) *L'autre par lui-même*. Paris: Éditions Galilée
- DE KERCKHOVE, D. (2000). L'intelligence des réseaux. Paris: Odile Jacob.
- DERRIDA, J. (1995). *Mal d'Archive*. Paris: Éditions Galilée.
- FOUCAULT, M. (1966). *Les mots et les choses*. Paris: Éditions Gallimard.
- GERVEREAU, L. (2003). *Histoire du visuel au XXe siècle*. Paris: Éditions du Seuil.
- HOSSARD, N. (2005). *Recto-verso. Les faces cachées de la carte postale*. Arcadia Éditions.
- JOANNIS-DEBERNE, H. (2008). *Parlez-moi d'amour avec des fautes d'orthographe*. Paris: Payot Éditions.
- JOST, F. (2007). *Le culte du banal*. Paris: CNRS Éditions.
- KITTLER, F. (1999). *Gramophone, film, typewriter*, Stanford: Stanford University Press.
- MAFFESOLI, M. (2004). *Le rythme de la vie*. Paris: La Table Ronde.
- MAFFESOLI, M. (2000). *L'instant éternel. Le retour du tragique dans les sociétés postmodernes*. Paris: Denoël.
- MAFFESOLI, M. (1998) [1979] *La conquête du présent. Pour une sociologie de la vie quotidienne*. Paris: Desclée de Brower.
- MAFFESOLI, M. (1985). *La Connaissance Ordinaire - Précis de Sociologie Compréhensive*. Paris: Librairie des Méridiens.
- MALAURIE, C. (2003) *La carte postale, une oeuvre*. Paris: Harmattan.
- MARTINS, M. de L. (2002). *A linguagem a verdade e o poder. Ensaio de Semiótica Social*. Lisboa : Fundação Calouste Gulbenkian/Fundação para a Ciência e a Tecnologia.
- MARTINS, M. de L. (2009). Ce que peuvent les images. Trajet de l'un au multiple, *Les Cahiers Européens de l'Imaginaires 1*, 158-162.
- MARTINS, M. de L. (2010) A mobilização infinita numa sociedade de meios sem fins, In Álvares, C. & Damásio, M., *Teorias e práticas dos media. Situando o local no global*. Lisboa: Edições Lusófonas.
- PERNIOLA, M. (1993) [1991]. *Do Sentir*. Lisboa: Presença.
- RIPERT, A. & Frère, C. (1983). *La carte postale, son histoire, sa fonction sociale*. Paris: CNRS Éditions.
- ROGAN, B. (2005). An entangled object: The Picture Postcard as Souvenir and Collectible, Exchange and Ritual Communication. Consultado em maio 20, 2011, em http://socrates.berkeley.edu/~caforum/volume4/vol4_article1.html.
- SAMI-ALI (1980). *LE BANAL*. PARIS: ÉDITIONS GALLIMARD.
- VIRILIO, P. (1995). *La vitesse de libération*. Paris: Éditions Galilée.
- C., A. de (1917). O bilhete postal. *Ilustração portuguesa*, 572, 104-105.