

MADALENA OLIVEIRA

madalena.oliveira@ics.uminho.pt

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

O IMAGINÁRIO LUSÓFONO NA EXPRESSÃO DOS POSTAIS ILUSTRADOS

INTRODUÇÃO¹

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

POÉTICA DO OLHAR

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

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

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

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

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

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

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

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

A ESTÉTICA LUSÓFONA

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

SIGNOS DE ETNOGRAFIA

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

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

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

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

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

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

TRAJES, FAMÍLIA, RELIGIÃO

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

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

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



Figura 1



Figura 2



Figura 3

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

TRABALHO, EDUCAÇÃO E DESPORTO

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



Figura 4



Figura 5



Figura 6

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

PAISAGENS

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

O ESTADO E OS TEMAS POLÍTICOS

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

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

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



Figura 7



Figura 8



Figura 9

CONCLUSÃO

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

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

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

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

REFERÊNCIAS ELETRÓNICAS

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

Citação:

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