



«*Que veut te dire une carte postale? A quelles conditions est-elle possible? Sa destination te traverse, tu ne sais plus qui tu es. A l'instant même où de son adresse elle interpelle, toi, uniquement toi, au lieu de te joindre elle te divise ou elle t'écarte, parfois elle t'ignore. Et tu aimes et tu n'aimes pas, elle fait de toi ce que tu veux, elle te prend, elle te laisse, elle te donne.*»  
Jacques Derrida

## 0. Introdução

Não seria extraordinário considerar os nossos tempos como tempos da imagem. A presença de imagens não é, no entanto, definitivamente, o signo de originalidade da nossa era. Elas existem desde a pré-História da Humanidade, altura em que as figuras gravadas nas rochas eram usadas para comunicar o que mais tarde foi substituído pela escrita. Nem a presença de imagens nem o seu poder são, na verdade, signos de singularidade do nosso tempo, pois que esta questão do poder também tem sido discutida desde a Idade Média, quando o debate concernia ao poder das imagens religiosas. O que, de facto, caracteriza o nosso período histórico e o singulariza na História é a reprodução técnica de imagens e a sua produção industrial. Escrevendo a história do visual no século XX, Laurent Gervereau diria que a marca do nosso tempo é a acumulação, «acumulação de imagens em todos os suportes, de todas as épocas, de todas as civilizações» (Gervereau, 2003:30).

O período entre 1880 e 1910 foi, lembra o autor, um período de grande desenvolvimento da imprensa e dos livros ilustrados. Foi também a idade da multiplicação dos postais ilustrados, cuja primeira aparição (ainda sem imagem) foi em 1 de Outubro de 1869 na Áustria. A idade das imagens em papel (1848-1916, seguindo a delimitação de Gervereau) corresponde, com efeito, à idade de ouro dos postais ilustrados. Não significa isto, porém, que eles tenham desaparecido nas idades posteriores, que são a idade da projecção e a idade dos ecrãs. Ainda que o período mais significativo para os postais ilustrados tenha sido o início do século XX, eles continuam a existir como registos da nossa memória. E se considerarmos o *imaginário* (“imaginaire”) na sua relação com o quotidiano, os postais ilustrados ganham inclusive uma dimensão que transcende a sua natureza de simples meios de transmissão de mensagens. Fixando singulares registos etnográficos dos povos nas suas ilustrações, os postais ilustrados sempre foram, na verdade, mais do que íntimas formas de comunicação interpessoal ou mesmo de promoção turística e publicidade.

Quer ilustrando paisagens, monumentos, lugares ou figuras-tipo, os postais ilustrados não são apenas um reportório de imagens que poderiam ser tomadas como simples álbum histórico de um povo. As suas imagens são, tal como as entendemos, representações das figurações humanas que constituem o imaginário contemporâneo. Elas marcam um modo específico de ver ou a produção de um olhar, sendo portanto um campo exaustivo de análise interdisciplinar de linguagens: a) a linguagem icónica que define a dimensão visual, onde podemos buscar a imagem que uma dada cultura tem de si, e b) a linguagem epistolar que encerra a originalidade de um espaço privado de comunicação. De facto, dando à escrita epistolar um tom mais informal, os postais ilustrados significaram, *grosso modo*, a massificação da correspondência interpessoal, graças às potencialidades da ilustração.

Os postais ilustrados foram uma das primeiras formas de imagem fixada em papel e industrialmente produzida. Eles pertencem à história da comunicação, apesar de serem muitas vezes desconsiderados. Estando na origem dos actuais postais electrónicos, os postais ilustrados estão também estreitamente conectados com as transformações operadas pelas tecnologias da informação. Na verdade, entre a ilustração rudimentarmente gravada nos postais e a imagem de natureza digital está pouco mais de um século, durante o qual várias transformações profundas ocorreram nos modos de comunicação. Obviamente mais imediatos que os postais ilustrados, os

postais electrónicos mantêm ainda, no entanto, caracteres típicos do antigo *medium*: uma escrita breve ancorada em ilustrações, imagens etnográficas, geográficas ou publicitárias.

Fazer a história dos postais ilustrados é uma maneira de entender a evolução específica de suportes marginais tão importantes para os estudos comunicacionais como a imprensa ou os *media* audiovisuais. Tendo inclusive suscitado o interesse de tantos colecionadores e motivado ainda exposições e publicações desta especialidade, os postais ilustrados parecem ser fundamentais para compreender os modernos instrumentos de comunicação. Antecipando o advento dos *e-cards* e dos *posts* em *weblogues*, os postais ilustrados encerram uma certa maneira de atravessar a Modernidade e compreender como chegámos a formas pós-modernas de comunicação.

## 1. Olhando os postais ilustrados

Parecerá opção estranha desenvolver um projecto de investigação que olha particularmente para os postais ilustrados, num tempo que cativa a nossa atenção principalmente para formas electrónicas de comunicação. No entanto, uma abordagem histórica como a que propomos com este estudo – e que este artigo pretende apresentar – procurará recuperar a memória desta espécie de produção comunicacional, para compreender alguns cursos de transformação cultural, histórica e sociológica em algumas épocas e lugares. Numa primeira fase, a investigação pretende recolher postais de quatro regiões de Portugal (Viana do Castelo/Braga, Bragança, Viseu e Portalegre), contemplando o período desde 1860 (porque é desde esta década que há registo da comercialização de postais ilustrados) até à actualidade. Depois do inventário do material, será construída uma base de dados (como explicamos a seguir) que possa garantir o arquivo dos postais encontrados, seguindo uma tipologia que definiremos também no âmbito deste trabalho. Num segundo momento, procederemos a um estudo comparativo do material recolhido em cada região estudada. Este estudo, que segue uma orientação sócio-antropológica, derivará, na verdade, para uma fenomenologia da percepção e do olhar de um povo, enunciando assim formas de viver que são específicas da sua confrontação com o mundo.

Os postais ilustrados permitir-nos-ão não só explicitar a maneira como um povo se observa a si próprio, mas também inquirir transformações ocorridas na sua auto-percepção pela intervenção da tecnologia, nomeadamente da fotografia<sup>1</sup>. Com a análise de imagens fixas em postais, consideramos os signos que estão explícitos – uma forma de actividade mais ligada ao mar ou ao campo, ou um costume que designa uma forma de vestir valorizada como uma representação – e que são também implícitas, mais subtis, reveladas na valorização de uma pose ou no enquadramento de uma imagem. Finalmente, impossível de ignorar, uma análise final de conteúdo permitirá reconsiderar um aspecto da comunicação relacionado com os postais ilustrados: o facto de um meio de comunicação interpessoal, que era destinado, como ainda é, a comunicar informação não partilhável em espaços públicos, estar também intimamente ligado a uma forma de expansão publicitária, aparentemente simples e barata, conhecida hoje como *free cards*.

Em termos de objectivos, podemos dizer que este projecto pretende a) estudar a construção do imaginário popular<sup>2</sup>; b) construir o enquadramento de uma espécie de sócio-semiótica da imagem; c) compreender como a tecnologia determina a nossa experiência do mundo e como constrói a nossa

<sup>1</sup> Uma nota especial é aqui requerida para explicar que, pretendendo este artigo apresentar as linhas do projecto de investigação que estamos a começar, nos detemos mais na descrição das nossas intenções, objectivos e tarefas do que, obviamente, nas conclusões que deles virão a resultar.

<sup>2</sup> Embora não constitua um campo específico de investigação, há muitos autores, especialmente de tradição francesa, que desenvolvem uma espécie de sociologia do imaginário que é do nosso maior interesse. Ver, por exemplo, LEGROS, Patrick (org.) (2006) – *Sociologie de l'imaginaire* – Paris: Armand Colin

identidade; d) contribuir para uma teoria da imagem e do imaginário, criando um enquadramento teórico no campo das artes visuais; e) estudar a história dos postais ilustrados e a sua importância como originais meios de publicidade; f) fazer um retrato sociológico das representações identitárias dos povos em diferentes regiões de Portugal; g) construir uma base de dados que possa servir a memória deste meio de comunicação e torná-lo acessível para pesquisa on-line num site a criar na Internet (eventualmente em parceria com a Biblioteca Nacional); h) promover o interesse por diferentes regiões do país, no que concerne à identidade etnográfica e à divulgação turística associada com as imagens dos postais ilustrados.

Os propósitos deste projecto estão estreitamente relacionados com a linha de investigação do Centro de Estudos em Comunicação e Sociedade, na medida em que permitirão continuar uma pesquisa sobre a construção da identidade social através do discurso e da imagem. Por outro lado, com este projecto, esperamos manter a atenção nas inovações tecnológicas e desenvolver um estudo crítico sobre os efeitos da tecnologia na percepção e nas relações humanas, considerando que os postais constituem uma espécie de janela para o mundo, tecnologicamente orientada e determinando as condições de um olhar local, regional e nacional.

## 2. O estado da arte

Num tempo em que é comum dizer-se que vivemos uma plena civilização da imagem, principalmente da imagem digital e dos modos de comunicação e visualização electrónicos, a fixação do olhar em postais ilustrados constitui uma necessidade de ler na poética das imagens ilustrativas da comunicação interpessoal signos da auto-imagem que uma certa cultura tem de si própria. Como o ecrã no cinema e o monitor nos computadores, o postal constitui uma espécie de janela para o mundo.

Num tipo de exercício de reflexão estética, o que condiz com os postais ilustrados é uma espécie de compreensão do âmbito artístico que pode atender particularmente aos seus signos imagéticos. A verdade é que, como a fotografia, as ilustrações destes meios de comunicação quotidiana incluem padrões de gosto e de belo. Com estreita empatia com as artes figurativas, os postais ilustrados têm também alguma coisa de sensibilidade e emotividade. Eles compreendem uma espécie de estética da vida e são uma experiência geográfica e epocológica, permitindo a leitura do aqui e agora, ou seja, dos lugares e tempos fixados nas ilustrações. Num tempo de virtualização da realidade, ou de constituições de diferentes espaços e tempos para a experiência comunicativa, um retorno às imagens estabilizadas no papel não é senão um retorno às referências da nossa acção.

No retrato de paisagens, construções, cenários políticos, costumes populares e caracteres urbanos, rurais e piscatórios, é a percepção de um espaço que é desenhado, onde a fisicalidade intercepta o incorpóreo dos espaços. É também uma apreensão do tempo e uma suspensão da sua originalidade que acontece, num efeito de imobilização visual de contextos históricos específicos. Signos de uma espécie de genealogia popular, os postais ilustrados registam um entendimento quer das formas de tradição cultural quer de observação de paisagens/natureza que imediatamente nos fazem perceber modos de olhar, caracterizadores de uma dada civilização.

Certamente é à gramaticalidade destes modos de olhar que pertence uma certa “consciência colectiva”, que é desde Durkheim o ponto de partida para a noção de “representações sociais” (Durkheim, 1994), a cujos atributos é difícil aspirar. Por certo, sendo sempre imaginárias, estas representações são o que, em termos durkheimianos, nós chamamos “coisas psíquicas”. Sendo coisas do imaginário, estas “coisas psíquicas” seriam as únicas que, revelando-se elas próprias em aesthesio-opções, permitem identificar algumas diferenças de região para região e fazer de cada comunidade uma expressão de diferenciação. Semiotizar estes aspectos, para um estudo mais amplo

das formas de representação e das suas relações com formas de comunicação, eis pois o que pode pretender uma investigação que situa o seu principal objecto de análise em postais ilustrados.

Referir o estado da arte implica referir vários aspectos de uma investigação multidisciplinar. De facto, para este projecto sobre postais ilustrados são necessários alguns contributos da fenomenologia da percepção, da antropologia e da sociologia, especialmente da sociologia dos *media*. Para além disso, não podem ser ignoradas reflexões em torno da tecnologia, dimensão para a qual terão um papel relevante alguns trabalhos desenvolvidos na linha de investigação de Mashall McLuahn, Walter Benjamin e Derrick de Kerckhove, assim como do investigador José Bragança de Miranda.

Não sendo conhecidos trabalhos específicos de reflexão sobre postais ilustrados, uma investigação sobre estes meios de comunicação é ainda, em certo sentido, uma investigação exploratória. Os recursos bibliográficos existentes resumem-se, de facto, a colecções regionais. Apesar de serem trabalhos puramente descritivos, em termos de categorização dos temas das ilustrações, é também significativo algum trabalho de colecção, como o de Francisco Sousa sobre *Portugal no primeiro quartel do século XX: documentado pelo bilhete-postal ilustrado da primeira exposição nacional de postais antigos*.

É exactamente por causa desta falta de enquadramento histórico no campo dos *mass media* que a pesquisa sobre os postais ilustrados nos parece tão substantiva. A segunda metade do século XIX foi decisiva para a consagração da vitalidade dos postais ilustrados, no advento de um período que seria próspero para as artes visuais em geral. Até 1870, a fotografia atravessou um ciclo de apresentação e conquista do território relativamente à pintura. Nesta altura, era procurado para os postais (ainda não ilustrados) um estatuto apropriado no que respeitava à legitimação da sua circulação, sendo 1865 o ano da primeira tentativa de oficialização, apresentada por altura do 5º Congresso Postal (Paris). No entanto, só quatro anos mais tarde, os postais ilustrados viriam a ser admitidos pela primeira vez (na Áustria) como formatos legítimos para a circulação de mensagens. Em Portugal, esta autorização aconteceu apenas em Outubro de 1877; os postais apareceram quatro meses mais tarde no comércio nacional. A partir dos anos 1890, os postais ilustrados tornaram-se vulgares, graças ao desejo de circulação de imagens, que caracterizou a viragem do século XIX para o XX e graças a um factor económico que seria hoje irrelevante: sendo um meio de comunicação fácil, o postal era um objecto de consumo acessível, num tempo em que a comunicação remota era feita exclusivamente por escrito. Era inclusive mais barato do que enviar um postal dentro de uma carta fechada em envelope.

As duas primeiras décadas do século XX foram um período glorioso para a história dos postais ilustrados. A viragem do século foi, de facto, marcada por uma sucessão de muitos progressos significativos nas artes gráficas, nomeadamente no que concerne às técnicas de impressão de imagens. As edições de postais foram multiplicadas em todos os países, num registo que prometia uma efectiva documentação da história, dos costumes e da auto-representação dos povos.

Em termos temáticos, os primeiros postais eram de natureza diversa. Se, por um lado, eles documentavam paisagens, por outro, assinalavam datas (nomeadamente períodos festivos) ou acontecimentos importantes. Principalmente num tempo áureo, os temas de âmbito político, inclusive de tom caricatural, satírico ou patriótico tinham também considerável expressão. Também associados com a propaganda de alguns regimes ditatoriais, os postais serviam ideologias e campanhas de natureza política. Apropriados pelos estados, como aconteceu em geral com as novas artes visuais (a fotografia e o cinema primeiro, a televisão depois), os postais ilustrados tiveram, principalmente até à Segunda Guerra Mundial, um carácter instrumental, cuja utilidade era realmente demonstrada no campo político. O campo publicitário também encontrou nos postais uma adequada ferramenta para a difusão de mensagens comerciais. A publicidade ilustrada foi, inegavelmente, uma das maiores

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 actividade publicitária que encontrou nos postais ilustrados um dos seus suportes mais baratos. Para além da sua abundante história, o estado da arte é manifestamente pobre. Em termos académicos, desconhecem-se, na verdade, investigações que tomem os postais ilustrados como objectos de reflexão no campo da comunicação e da imagem.

### 3. Até onde nos pode levar este olhar?

É expectável que um projecto orientado para a leitura de material local possa promover um interesse específico para a etnografia popular, assim como pela geografia e cultura de diferentes regiões de Portugal. É também, naturalmente, um interesse turístico que pode resultar desta pesquisa. No entanto, as repercussões deste trabalho não são esperadas apenas no campo de objectivos sócio-económicos. O âmbito teórico é certamente um dos que melhor cumpre os propósitos da investigação, porque as tarefas e os objectivos do projecto estão orientados para a necessidade de compreender o papel dos postais ilustrados como meios de comunicação e de avaliação da sua evolução no campo mediático.

Neste sentido, serão as repercussões significativas no campo de uma sócio-semiótica da imagem e do imaginário o que realmente importa. Será, portanto, necessária uma diferenciação regional que sustente uma teoria da imagem como materialização do imaginário popular. Esta diferenciação permitir-nos-á compreender as variações significativas que ocorrem de região para região, nomeadamente no modo de compreender uma paisagem, costumes ou a maneira de construir um olhar.

Com este horizonte, esta investigação terá repercussões na reapreciação do peso que os grandes *media* têm no campo das ciências da comunicação. Reavaliar os mais simples meios de comunicação, cuja importância é recuperada hoje em novas formas de comunicação (como os meios interactivos, *e-mail*, *blogs...*) é ainda uma das finalidades que orientam a ideia de partida, principalmente por entendermos que é em suportes singularizadores que os traços distintivos da cultura são incorporados.

Os postais, tal como temos vindo a sugerir, resumem um entendimento quer de formas de tradição cultural quer de formas de observação da paisagem/natureza que permitem a compreensão dos modos de um olhar, caracterizando uma dada cultura e afectando-a. Na época da globalização, a compreensão das culturas locais requer que demos particular atenção aos mecanismos sócio-semióticos que a formaram e de cujo reconhecimento depende hoje o respeito pelo local e a equitativa participação na comunidade global.

Se se pode dizer que os postais ilustrados permitiram a fixação dos usos e costumes regionais, também deveríamos insistir na ideia de que neles está expressa a imagem que uma dada cultura tem de si. Este ponto está necessariamente articulado com o anterior e refere-se ao modo como uma fixação preferencial de certo signos pelos postais ilustrados conduz não só para o explícito da imagem – uma forma de actividade mais ligada ao mar ou ao campo ou um costume, uma forma de vestir que o postal valoriza como representação – assim como o subtil implícito, que é revelado na maneira como valoramos uma pose, na maneira do enquadramento da imagem, na maneira como comunidades imaginárias são criadas e ligadas à economia turística ou aos poderes nacionais.

Neste sentido, em termos de regionalização este projecto considera três regiões principais de Portugal: Norte (50% - considerando que esperamos trabalhar em duas cidades diferentes, uma no litoral e outra no interior), Centro e Alentejo. Destas regiões, esperamos um contributo na recolha de postais ilustrados. Para isto, são esperados contactos com entidades locais e regionais, assim como

governos locais, bibliotecas locais, institutos públicos locais, associações e indivíduos locais (nomeadamente coleccionadores de postais ilustrados).

Pretendendo um estudo comparativo, é fundamental para este projecto uma recolha de material empírico em diferentes regiões de Portugal. Portanto, estabeleceremos um equilíbrio entre o Norte e o Sul, o Litoral e o Interior do país, que são provavelmente os eixos mais significativos das diferenças na construção do imaginário popular.

Através desta alargada amostra e de um critério de diferenciação entre as variadas regiões do país, será possível estabelecer uma cartografia de diferenciações plurais. E esta cartografia diferenciada permitirá compreender, de região para região, variações significativas nos índices estabelecidos: a produção de um olhar; a fixação dos usos e costumes; a imagem que uma dada cultura tem de si e uma ideia de comunicação e sua evolução específica.

Sinteticamente, o inventário da amostra quantitativa de postais ilustrados, para um período alargado no tempo e um dado espaço geográfico, dar-nos-á a oportunidade não só de analisar um padrão de comunicação, mas também tornará possível a caracterização de uma forma elementar de expressão, susceptível de fixar as suas dimensões antropológicas na elaboração do imaginário de uma dada região.

#### 4. Metodologia

Seguindo na esteira dos objectivos enunciados, foram já definidas algumas tarefas específicas. O primeiro passo corresponderá à recolha de postais ilustrados desde 1860 até à actualidade, pois que necessitamos de recolher tantos postais ilustrados quanto possível para criar um repositório que constitua a base da investigação. O resultado mais significativo é a construção de uma espécie de museu da memória deste meio de comunicação. De facto, esperamos encontrar colecções de antigos postais ilustrados que possam contribuir para este estudo das representações humanas no mundo (paisagens, figuras humanas...) desde meados do século XIX.

Para além disso, tendo em conta que esta recolha é feita em quatro regiões de Portugal (Viana do Castelo/Braga, Bragança, Viseu e Portalegre), desta tarefa espera-se a criação de condições para um estudo comparativo. Finalmente, com esta recolha pretendemos encontrar postais que tenham sido importantes meios de publicidade no início do século XX. O objectivo é o estudo do impacto desta forma de expressão quer no contexto da comunicação interpessoal quer no contexto da comunicação comercial.

Uma tão alargada amostra como a que pretendemos permitir-nos-á não só fazer um trabalho de leitura de signos etnográficos, como também indagar como é que neste tipo de expressão que os postais ilustrados constituem está articulada uma ideia de comunicação. Referimo-nos, por um lado, à comunicação íntima, uma vez que o postal ilustrado se destinava, e ainda destina, a comunicar, com familiares ou amigos, informações não partilháveis nos espaços públicos. Mas também nos referimos à comunicação publicitária, que se desenvolveu com os postais ilustrados, na transformação da sociedade rural numa sociedade urbana. Sendo um suporte modesto, os postais ilustrados constituem um verdadeiro modelo de comunicação, assim como um suporte de tendências macro-sociais, antecipando o que ocorre hoje nas *home pages*, nos jogos digitais e nos postais electrónicos, *outdoors* e *mupis* publicitários.

Como recolha que é, esta tarefa consistirá na procura dos postais ilustrados nas quatro regiões enunciadas, o que pressupõe contactos com coleccionadores e museus. Também será importante procurar estes materiais nos arquivos e bibliotecas locais, assim como em outras entidades culturais, nomeadamente associações culturais e institutos públicos de cultura e promoção do património.

Embora só a partir de 1931, quando o Depósito Legal Obrigatório foi instituído, haja um registo sistemático e rigoroso de todas as edições nacionais e regionais de postais ilustrados, acreditamos que será possível encontrar hoje cópias anteriores. Para isso, será fundamental o contacto com colecionadores, certamente a mais difícil tarefa, se bem que eventualmente também a mais promissora, uma vez que só assim será possível encontrar cópias não arquivadas em instituições oficiais.

Apesar de este estudo estar concentrado em quatro regiões específicas, uma recolha como esta requer naturalmente um trabalho de investigação no Arquivo da Biblioteca Nacional, cujos anais têm 28 mil exemplares de postais ilustrados. Organizados em 1975, apoiados num núcleo existente, há registo neste arquivo de cópias desde o século XIX até à actualidade. Estamos particularmente interessados neles porque esta colecção está organizada, principalmente, por temas portugueses, nomeadamente por categorias específicas como panoramas, topografia, retrato, edifícios e monumentos, teatro, figuras e costumes, tipos e costumes étnicos.

Este trabalho de inventário tem como propósito a digitalização das imagens dos postais, usando um scanner e/ou uma câmara fotográfica digital, no caso de cópias que não possam ser manuseadas. Para além deste registo electrónico, também faremos um trabalho de legendagem, catalogação e categorização para cada exemplar identificado. Pretendemos assim assegurar a recolha completa dos dados mais relevantes para o estudo e a exposição de postais.

Após a recolha, pretendemos construir uma base de dados onde arquivaremos todos os postais recolhidos. O principal objectivo é organizar o material por tipos de ilustrações, assuntos, regiões e datas em ordem a facilitar o trabalho de análise. É também suposto que esta base de dados seja um repositório de documentos relevantes para a memória colectiva dos grupos sociais.

Em termos práticos, esta tarefa é fundamental para a execução do projecto. Será o principal apoio da investigação, em termos de material empírico, uma vez que será uma ferramenta crucial para classificar os postais recolhidos.

Em termos de futuro, esta base de dados pode constituir uma espécie de museu da memória, disponível para pesquisa on-line. Seria, na verdade, impensável se um trabalho audacioso de pesquisa como este a que nos propomos não tivesse repercussões no que concerne ao arquivo de informação. Uma vez que a disponibilização do acesso aberto está a ser projectada, acreditamos que esta tarefa pode tornar-se num instrumento de futuros trabalhos que podem encontrar nos postais ilustrados conteúdo para outros investigadores.

Em estreita conexão com esta tarefa, e em ordem a difundir a actividade deste projecto, pretendemos construir e actualizar permanentemente um *website* em duas línguas: português e inglês. A ideia é apresentar o projecto, recolher eventuais colaborações de utilizadores da Internet e reportar e difundir os resultados preliminares da pesquisa para além das fronteiras nacionais. Portanto, a internacionalização é um dos objectivos desta tarefa. Este *website* será uma ferramenta fundamental para tornar acessível a base de dados com os postais recolhidos.

Numa quarta etapa, empreenderemos um estudo comparativo, com o qual a nossa equipa pretende estabelecer as semelhanças e diferenças dos postais ilustrados entre as diferentes regiões. Este estudo comparativo tem como objectivo saber como é que a memória/imaginário colectivo é construída em diferentes realidades. Analisar similaridades e diferenças na constituição da memória local tem, de facto, o objectivo de estudar diferentes realidades sócio-históricas, inclusive, provavelmente, aquelas ligadas por uma espécie de identificação lusófona que deve ser questionada.

Os resultados esperados conduzir-nos-ão para uma análise antropológica que tem algumas ressonâncias na sociologia comparativa e compreensiva (Max Weber). Neste contexto, tem especial importância a resposta à questão "Que representações identitárias há nas paisagens, edifícios,



cenários políticos, costumes populares e tipos específicos de população (citadina, campestre, piscatória) frequentes nos postais ilustrados de várias regiões portuguesas?”

Consistindo num campo extremamente rico de análise antropológica, histórica, cultural e sociológica, os postais ilustrados condizem com a construção de uma espécie de geografia do imaginário popular. É verdade que hoje os postais ilustrados têm uma vocação quase exclusivamente turística. No entanto, pelo menos na primeira metade do século XX, era abundante um conjunto de temas referentes a paisagens, retratos da vida rural e urbana, de actividades profissionais e de *hobbies*, de etnografia e arquitectura. Que signos imagéticos e linguísticos costumam servir estas categorizações? Que códigos estão subjacentes à produção desta espécie de discurso identitário tão próprio dos postais ilustrados? Pressupomos que esta análise produzirá resultados diferentes nas quatro regiões, o que, a ser verdade, provará a importância dos postais ilustrados como *media* não só de comunicação mas também da percepção dos papéis sociais. Ou por outras palavras, este projecto culminará na realização dos postais ilustrados como meios de reflexão e invenção do imaginário popular.

Tal como sugerimos, esta tarefa consistirá numa leitura comparativa do material recolhido. Tentaremos encontrar diferenças e similaridades nos postais ilustrados em termos de imagens, perspectivas fotográficas, objectos fotografados e representações de papéis sociais. O propósito é comparar imagens-tipo de diferentes regiões como uma forma de estudar a relação entre diferentes grupos sociais e a realidade. Por outro lado, esta análise tem por objectivo encontrar os ícones mais frequentes dos grupos, nomeadamente os que são relevantes para caracterizar sociologicamente os grupos em estudo.

Para além da breve literatura epistolar, própria dos postais, o que importa nesta tarefa comparativa é a análise dos signos icónicos, uma vez que é através deles que alguns modos de viver e de sentir são comunicados e algumas experiências culturais são materializadas. Com efeito, só um estudo comparativo poderá sustentar esta hipótese. É por isso que empreendemos um trabalho de análise sócio-semiótica de imagens, que tomará os postais ilustrados como meios exemplares de uma reapreciação do peso dos grandes *media*.

Para além disso, é necessário abrir o leque constitutivo do campo mediático, que tem que ser entendido num sentido mais amplo. Isto orientar-nos-á para a reconsideração de aspectos comunicacionais e mesmo para suportes de comunicação que estavam desconsiderados no que se refere à semiotização dos *media* de uma dada época. A imprensa e os *media* audiovisuais, assim como outros materiais de arquivo impresso, não são os únicos realmente importantes aos estudos comunicacionais. Por isso, propomos interrogar as produções aparentemente marginais que tornam possível compreender cursos da transformação cultural, histórica e sociológica de uma determinada época e lugar.

Uma etapa final será a definição de metodologias de imagem, ou seja, a construção de um enquadramento teórico. A verdade é que não é possível escrever a história dos postais ilustrados à margem da história das artes visuais em geral e da fotografia em particular. Também não é possível fazer uma análise sócio-semiótica dos postais ilustrados sem enquadrá-la na própria semiótica das artes visuais. Por isso, é fundamental neste estudo uma revisão das teorias da imagem e das metodologias de análise.

Como fase final deste projecto, pretendemos construir um enquadramento teórico sobre análise de imagem. Por outras palavras, paralelo a este estudo comparativo, esta investigação tem outro objectivo que está relacionado com a necessidade de teorizar sobre metodologias de compreensão da imagem. Orientando os investigadores para uma teoria concreta da imagem, esta investigação também tornará possível providenciar algumas ferramentas metodológicas para analisar outros tipos de imagens. Os postais ilustrados são, de facto, um ponto de partida. A teoria resultante deve poder

ser aplicada a outros estudos analíticos, nomeadamente estudos em imagens publicitárias, fotografia jornalística, publicidade de *out-doors*, cartazes ideológicos, pinturas, etc.

A verdade é que uma sócio-semiótica da imagem e do imaginário, que é também um objectivo desta análise em concreto, não é o fim da investigação. A ideia é desenvolver a longo prazo abordagens e estimar a sua aplicação noutros domínios da comunicação por imagens. Os resultados desta tarefa conduzirão a uma clarificação de uma teoria da imagem como discurso de identidade e poder. Eles têm também que delimitar claramente três modalidades essenciais da compreensão visual: tecnológica, composicional e social.

Considerando as pressuposições de uma fenomenologia da percepção, os investigadores pretendem teorizar acerca do imaginário popular. Esta tarefa é fundamentalmente um trabalho teórico. Mantendo a atenção nos resultados do estudo comparativo, os investigadores terão a tarefa de conjecturar algumas metodologias de análise da imagem, por forma a estender os resultados desta investigação concreta para outras possíveis investigações sobre comunicação por imagem.

Trata-se, com efeito, de uma revisão de várias metodologias de análise da imagem (interpretação composicional, análise de conteúdo, semiótica, psicanálise, estudos da recepção...) e uma reavaliação da sua validade para os estudos sobre o imaginário. A relação entre imaginário e a sua materialização em imagens é, no fundo, uma das preocupações que atravessa esta tarefa de enquadramento teórico.

As breves notas que acabámos de enunciar são apenas apontamentos para uma leitura que tem que ser mais sistematizada e provavelmente mais classificatória. De facto, acreditamos que os postais, quer como meios de comunicação quer como expressões artísticas, são autênticas manifestações de um imaginário, cujos elementos distintivos estão ainda por explorar. É certo que o imaginário é sempre expressivo de uma determinada época, mas eles são lugares da memória colectiva e é nessa dimensão que eles realmente importam a um estudo semiótico do discurso.

## Bibliografia

- Agamben, Giorgio (2004) – *Image et Mémoire* – Paris: Desclée de Brouwer
- Almeida, Bernardo Pinto (2004) - *Quatro movimentos da pele. As imagens e as coisas. II* – Porto, Campo das Letras
- Almeida, Bernardo Pinto (2003) - *Transições: Ciclopes, Mutantes, Apocalípticos* – Lisboa, Assírio e Alvim
- Almeida, Bernardo Pinto (2002) - *As imagens e as coisas* - Porto, Campo das Letras
- Almeida, Bernardo Pinto (2001) - "Exposição: A Experiência do lugar"
- Benjamin, Walter (1992) – *Sobre arte, técnica, linguagem e política* – Lisboa: Relógio
- Cabanel, Jean (1995) – *Paysage* – Hérissay-Évreux: Jean-Pierre de Monza
- Derrida, Jacques (1980) – *La carte postale de Socrate à Freud et au-delà* – Paris : Flammarion
- Gervereau, Laurent (2003) – *Histoire du visuel au XX<sup>e</sup> siècle* – Paris: Éditions du Seuil
- Maffesoli, Michel – (2002) "Utopias e divino social" in Revista Comunicação e Sociedade 4, Braga: Universidade do Minho
- Maffesoli, Michel (1996) – *Eloge de la raison sensible* – Paris: Bernard Grasset
- Maffesoli, Michel (1996) – *The time of the tribes: the decline of individualism in mass society* – London: Sage
- McLuhan, Marshall (1997) - *Understanding media: extensions of man* - Cambridge: The MIT Press

- Martins, Moisés (org.) (2002) - *A romaria da Senhora da Agonia. Vida e Memória da Cidade de Viana/The Lady of Viana Festivities. Life and Memory of Viana Town - Viana do Castelo*, Ed. GDC (<http://www.interact.com.pt/interact3/interfaces/interfaces4.html>)
- Martins, Moisés – (2002) "O trágico na modernidade" (<https://repositorium.sdum.uminho.pt/handle/1822/1087>)
- Martins, Moisés (1997) - "A biblioteca de Babel e a árvore do conhecimento" (<http://ubista.ubi.pt/~comum/martins-moisés-lemos-bibl-babel.html>)
- Merleau-Ponty, M. (2002) – *O Visível e o Invisível* – S. Paulo: Perspectivas  
Merleau-Ponty, M. (1999) – *A fenomenologia da percepção* – S. Paulo: Martins Fontes
- Merleau-Ponty, M. (1992) – *O Olho e o Espírito* – Lisboa: Veja
- Miranda, J. Bragança (org.) (2001) – *Crítica das Ligações na Era da Técnica* – Lisboa: Tropismos  
Oliveira, Madalena (2006) – "O imaginário lusófono na expressão dos postais ilustrados" ([http://www.novosmedios.org/lusocom/comu\\_defi.php](http://www.novosmedios.org/lusocom/comu_defi.php))
- Pachet, Pierre (1990) – *Les baromètres de l'âme – Naissance du Journal Intime* – Paris:Hatier  
Porchet, Michel (2002) – *La production industrielle de l'image – critique de l'image de synthèse* – Paris : L'Harmattan
- Raymond, Christinger (1981) – *Le voyage dans l'imaginaire* – Paris : Édition Stock  
Sousa, Francisco (1985) – *Portugal no 1º quartel do século XX: documentado pelo Bilhete-postal Ilustrado da primeira Exposição de Postais Antigos* – Bragança: Câmara Municipal  
Ventura, A. & Bravo, A. B. (2004) - *O Postal Ilustrado de Portalegre no Primeiro Quartel do Século XX* - Lisboa, Edições Colibri & Câmara Municipal de Portalegre
- Willoughby, Martin (1993) – *História do Bilhete-Postal* – Lisboa: Caminho
- Witkower, Rudolf (1992) – *La Migration des Symboles* – Paris : Thames&Hudson  
A.A. (1976) – *Les Imaginaires* – Paris: Union Générale d'Éditions  
Journal Xoana – Images et sciences social – Paris : Jean Michel Place (various numbers)

Breve nota biográfica dos autores:

Moisés Martins é Professor Catedrático em Ciências da Comunicação, presidente do Instituto de Ciências Sociais da Universidade do Minho e presidente da direcção da SOPCOM. É coordenador do projecto "Postais-ilustrados: para uma sócio-semiótica da imagem e do imaginário", financiado pela Fundação para a Ciência e a Tecnologia.  
E-mail: moisesm@ics.uminho.pt

Helena Pires é docente do Departamento de Ciências da Comunicação da Universidade do Minho. É doutorada em Ciências da Comunicação, membro da SOPCOM e investigadora do Centro de Estudos em Comunicação e Sociedade, participando particularmente no projecto "Postais-ilustrados: para uma sócio-semiótica da imagem e do imaginário", financiado pela Fundação para a Ciência e a Tecnologia.  
E-mail: hpires@ics.uminho.pt

Madalena Oliveira é docente do Departamento de Ciências da Comunicação da Universidade do Minho. É doutorada em Ciências da Comunicação, membro da SOPCOM e investigadora do Centro de Estudos em Comunicação e Sociedade, participando particularmente no projecto "Postais-ilustrados: para uma sócio-semiótica da imagem e do imaginário", financiado pela Fundação para a Ciência e a Tecnologia.  
E-mail: madalena.oliveira@ics.uminho.pt