

O Imaginário de Porto Alegre por seus cartões-postais

Rudimar Baldissera
Sandra M. L. P. Gonçalves
Enói Dagô Liedke

RESUMO

Apresenta-se a análise de 61 cartões-postais sobre Porto Alegre, RS com o objetivo de revelar o imaginário da cidade por eles/neles atualizado como fala autorizada. Segundo o imaginário dos/nos postais, Porto Alegre é uma cidade agigantada em imagens de prédios emaranhados e, ao mesmo tempo, vazia, estática, tolhida de relações sociais. Nela a experimentação parece ser negada. A cidade dos postais é diurna, não tem movimento, tem cores frias e está justaposta ao rio, mas pouco dialoga com ele. Arquitetonicamente (elementos arquitetônicos são o principal foco das imagens), a Porto Alegre dos postais é a da região central onde se encontra a maior concentração de prédios reconhecidos como patrimônio. Nos postais – que também são registro, memória – o imaginário e a cultura gauchesca acionados são pouco expressivos.

PALAVRAS-CHAVE: Comunicação. Imaginário. Cartão-postal. Porto Alegre (RS).

1 A História dos cartões-postais: uma introdução

Como tantas invenções que mudariam o modo de ser e de se estar no mundo, o cartão-postal teve sua origem no século XIX. No início apenas texto, aos poucos imagens tomam uma de suas faces multiplicando suas funções: da simples troca de mensagens passam a objeto de desejo de colecionadores (cartofilia), propiciam o devaneio e o sonho aos ausentes à viagem, divulgam produtos e serviços, bem como funcionam como veículos para a construção da imagem oficial de cidades e países, idealizada pelas elites e pelos Estados.

Pode-se afirmar, concordando com Rubens Fernandes Junior, na apresentação do livro *Postaes do Brazil* (VASQUEZ, 2002), que sua expansão, entre o final do século XIX e início do século XX, é tributária do crescimento do uso da imagem na vida cotidiana, uso esse originado pelo advento da fotografia e tecnologias correlatas. O postal, mais do que o retrato fotográfico, tornará a fotografia acessível a um grande contingente populacional, além de funcionar como uma pedagogia visual intensificando os processos de globalização num período de grande fluxo migratório e de comércio que irá caracterizar a modernidade.

O nascimento oficial do cartão-postal se deu durante o Império Austro-húngaro. Emmanuel Hermann, professor de economia política da Academia Militar de Viena, publica, em 1869, um artigo onde sugere às autoridades de seu país o uso postal de cartões abertos. Rapidamente a sugestão é aceita e entra em vigor no dia 1º de outubro do mesmo ano (VASQUEZ, 2002). O primeiro postal (bilhete postal, como eram conhecidos na época) era bege, apresentava na parte superior esquerda selo com as armas imperiais o que lhe dava caráter oficial (sua produção estava ligada às autoridades postais). A parte frontal era reservada ao nome e endereço do destinatário e o verso à mensagem do remetente, chamavam-se *Correspondenz Karte*. Baixo custo e simplicidade contribuíram para seu sucesso imediato, apesar da resistência das elites em terem suas mensagens expostas à curiosidade pública. Era um ótimo veículo para pequenas mensagens, notícias, recomendações, lembranças, juras de amor.

Os primeiros postais eram monopólio do governo, inclusive no Brasil, aonde chegou em 1880 por decreto, iniciativa do à época Ministro da Agricultura, Comércio e Obras Públicas, Manuel Buarque de Macedo (antes, os primeiros postais que retratavam a terra brasileira eram produzidos no exterior). É no final dos oitocentos, segundo Schapochnik (2008, p. 429) que, “[...] livres do monopólio do Estado, os cartões-postais passaram a associar a mensagem verbal a diferentes padrões ilustrativos.” (propiciando aos futuros pesquisadores uma dupla memória: a

iconográfica e a da mensagem escrita). Então, do princípio textual, logo uma de suas faces é tomada por ilustrações e fotografias, não sem resistência dos órgãos oficiais que não desejavam perder o monopólio de produção dos cartões. O sucesso dos cartões-postais rompeu fronteiras e logo se espalhou por diversos países, entre eles o Brasil.

Antes de prosseguir importa ressaltar que a melhoria dos transportes e a chegada de dinheiro com maior facilidade às mãos de um número maior de pessoas possibilitando as viagens e deslocamentos foram fatores importantes para a consolidação do cartão-postal como um meio de comunicação privilegiado num momento onde o telefone era prerrogativa de poucos e o telégrafo bastante caro.

Os postais no Brasil, em sua época áurea (1890-1930), contribuíram para a construção da imagem-conceito¹ das grandes cidades brasileiras, principalmente do Rio de Janeiro (capital da república) e de São Paulo, modelos para o país. As imagens neles retratadas traduziam a idealização da imagem-conceito desejada pelas elites e pelo Estado. Assim, imagens como as do cenário urbano com suas praças e jardins, edifícios, pontes, avenidas, estradas de ferro e monumentos figuravam nos postais como indicadores da civilização e do progresso de um país que se queria moderno. Imagens propostas por uma elite que circulava livremente pelo mundo e desejava, ao menos por imagens, realizar em terras tupiniquins um modelo europeu de desenvolvimento. Outros temas eram recorrentes como paisagens bucólicas e singelas que, segundo Schapochnik (2008, p. 430) destacavam o “exotismo tropical”. A galeria de retratos de políticos e artistas também era tema recorrente, bem como os “tipos exóticos” que compunham a paisagem humana do Brasil (a partir de uma visão eurocêntrica). Ao “navegarem” até seus destinatários essas imagens encontravam seu lugar em novos pontos de partida, linhas imaginárias a reconstruir continuamente memórias, sonhos destinos dos que enviaram e dos que receberam.

Os anos 1920 conheceram o declínio do cartão-postal. Seu tom brejeiro, alegre, festivo parecia não combinar com os tempos do pós-guerra. Segundo Vasquez (2002, p. 47) “[...] ferido de morte na Primeira Grande Guerra, o cartão-postal recebeu o golpe de misericórdia na seguinte [...] As duas décadas seguintes, 1950 e 1960, são consideradas pelos historiadores como de maior decadência do cartão-postal.”. É a partir da década de 1970 que, segundo o mesmo autor, os postais conheceram um renascimento: surgem os postais de fotógrafos-autores e os de reprodução de obras de arte produzidas e editadas por museus. No período, a fotografia de expressão pessoal propicia trabalhos para o formato postal por encomenda, valorizando as imagens

■
¹ Imagem-conceito compreendida como “[...] construto simbólico, complexo e sintetizante, de caráter judicativo/caracterizante e provisório, realizada pela alteridade (recepção) mediante permanentes tensões dialógicas, dialéticas e recursivas, intra e entre uma diversidade de elementos-força, tais como as informações e as percepções sobre a entidade (algo/alguém), a capacidade de compreensão, a cultura, o imaginário, a psique, a história e o contexto estruturado” (BALDISSERA, 2008, p. 198).

captadas, somando a elas o prestígio do fotógrafo. Diferentemente dos antecessores, esses postais ultrapassam seu valor de uso como peça para a comunicação de mensagens e tornam-se peças de coleção, sem passar pelos correios.

Essa tendência é vista por muitos como consequência dos novos meios de comunicação eletrônico-digitais. Atualmente, fotografias de viagem e mensagens curtas são instantaneamente enviadas por telefones celulares (e todas as possibilidades dos meios digitais, tais como: *twitter*, *msn*, *flickrs* e *blogs*). Em vez de se enviar postais para informar e registrar os lugares em que se está/esteve, o emprego das tecnologias digitais (particularmente as móveis) possibilita que isso seja feito no exato momento da experimentação, permitindo registrar, não somente o alvo da emoção, mas traços da própria emoção (o choro de alegria, o riso solto, o medo, a aventura). Para além da descrição das emoções empregada nos postais, as tecnologias atuais permitem a narração verbal associada à força das imagens, dos sons e do movimento. Assim, os postais, parecem ter deslizado de sua função preponderante de meio de comunicação para potencializar sua qualidade de memória e registro. Muitos museus, por exemplo, não permitem fotografar, mas ainda comercializam postais com imagens das principais obras. No entanto, também isso está perdendo espaço para a comercialização das próprias fotografias, cd-roms, DVDs, livros etc. ou, ainda, para a possibilidade de o museu ser visitado virtualmente, pela internet. A potência das tecnologias associada a das linguagens complexas, atualmente, parecem ter dado um ultimado para que os postais redimensionem sua própria existência, seu lugar na sociedade, sob pena de não terem continuidade.

Dito isso, antes de realizar o estudo analítico-interpretativo das imagens (em sentido icônico²) retratadas nos postais de Porto Alegre – portanto das representações imagéticas de seus diversos constituintes – para revelar o imaginário da cidade aí atualizado, importa discorrer sobre a noção de imaginário.

2 Considerações sobre o imaginário

Os postais são portadores de imaginário (SILVA, 2001, 2004), ou, em sentido complexo, são “tecnologias do imaginário” (SILVA, 2003). Nessa direção, os postais de uma cidade atualizam e reforçam o imaginário que ela tem sobre si mesma, daquilo que acredita merecer destaque dentre seu legado³ histórico-cultural (sua complexidade de objetos, formas, cores, processos, obras, enfim, dentre suas diferentes paisagens).

A ideia de imaginário que suporta este estudo não é a de imaginário em oposição ao real, como se pensou/acreditou durante muito tempo, particularmente a partir do século XVII, com Descartes e o exclusivismo de um único método científico

² Perspectiva de Peirce (1977) e, a partir dele, Santaella (1983, 2001).

³ De acordo com Barretto (2000), a ideia de Patrimônio Cultural tende a referir as materializações culturais que, de alguma forma, foram/são consideradas representativas de um grupo cultural e/ou de uma época e que, portanto, precisam ser preservadas em detrimento de todas as demais realizações que, por sua vez, podem ser descartadas a qualquer tempo. Diante disso, a autora questiona, dentre outras coisas, sobre quais são os critérios empregados para definir o que deve e o que não deve ser considerado Patrimônio, bem como sobre quem são os responsáveis para realizar tal definição (qual sua legitimidade para fazê-lo). À luz desses e outros questionamentos, Barretto afirma que seria melhor empregar a ideia de “Legado Cultural”, pois que compreende (contempla) e valora, não apenas o que é eleito patrimônio a partir de uma elite (sua ideologia, interesses), mas, sim, toda construção simbólica (intangível) dos grupos sociais, assim como suas materializações (tangível).

para a pesquisa do “verdadeiro” saber (DURAND, 2001), mas a de que a racionalidade e o imaginário “[...] estão implicados numa tensão permanente. Não há racionalidade, nem ciência ou tecnologia fora da imaginação, assim como não existe imaginação fora da dimensão racional.” (RUIZ, 2003, p. 32). Na mesma direção, Silva (2003, p. 7) afirma: “todo imaginário é real. Todo real é imaginário. O homem só existe na realidade imaginal. Não há vida simbólica fora do imaginário.” Ruiz observa que antes mesmo de nascer o ser humano já imagina e que o primeiro contato com o mundo objetivo não é da qualidade do racional, mas das imagens; são imagens de mundo.

O mundo que se apresenta ao sujeito, ainda sem sentido, é percebido e, em seu mergulho no “sem-fundo” humano, recebe sentido constituindo-se em representação de mundo. O imaginário, segundo Ruiz (2003, p. 32), “[...] corresponde ao aspecto insondável do ser humano em que se produz, além de todos os condicionamentos psíquicos e sociais, o elemento criativo; ele constitui o *sem-fundo* inescrutável da pessoa humana [...]” e, mais, “A imaginação e a racionalidade são criações do imaginário, e ambas coexistem necessariamente, co-referenciadas na dimensão simbólica inerente ao ser humano.”. Tem-se, pois, que a condição de o ser humano impregnar o mundo objetivo de sentido é o imaginário. Indeterminação radical, o imaginário flui dentro do ser humano e da sociedade como força incontrolável.

Então, se por um lado o imaginário é o “cimento social” (MAFFESOLI, 2001), ou seja, o que mantém os sujeitos associados, articulados em redes simbólicas, por outro, também é potencialidade e possibilidade para que as redes simbólicas sejam transformadas, (re)tecidas pelos sujeitos que a ela se prendem (nelas estão presos)⁴. Há, pois, permanente tensão entre o mundo objetivo/material e a subjetividade. Segundo Durand (1997), trata-se do “percurso antropológico” existente no imaginário, percurso esse que compreende a incessante troca que se realiza entre as pulsões subjetivas e as intimações objetivas do mundo (sociedade, cultura; diferentes materialidades). De acordo com Maffesoli (2001, p. 7), “as intimações objetivas são os limites que as sociedades impõem a cada ser. Relação, portanto, entre as coerções sociais e a subjetividade [...]. Uma abre brechas na outra.”. O imaginário constitui-se em potência para a transformação da cultura que, por sua vez, perturba constantemente o imaginário. A cada experimentar, em algum nível, pode ocorrer diferentes graus de perturbação, pois que se trata de indeterminação.

À essa luz, infere-se que o imaginário tem na cultura a possibilidade de sua materialização. Pode-se dizer, então, na perspectiva deste estudo, que o imaginário – espírito de grupo, de comunidade, estabelecimento de vínculo – que Porto Alegre

■
⁴ “Aquilo que separa uma cultura da outra é o imaginário (a representação) que cada cultura engendra para si mesma. A cultura é um dado objetivo; o imaginário, a subjetividade compacta e inextricável. A objetividade da cultura dilui-se na águas pesadas da atmosfera imaginal. O espiritual incide sobre o material” (SILVA, 2003, p. 16)

(sociedade) tem de si mesma encontra nos postais uma possibilidade de manifestação material. Importa ressaltar que não se trata do imaginário de Porto Alegre em sentido amplo e irrestrito, mas do imaginário que, considerando a materialidade dos postais e seu lugar (usos, importância, potencialidades, legitimidade, a quem se destina etc.), apresenta condições para se atualizar como representação imagética, mais especificamente, como imagem fotográfica.

Dito isso, a seguir, apresentam-se os procedimentos metodológicos empregados na pesquisa de campo e a análise dos postais propriamente dita.

3 Procedimentos metodológicos

Este estudo compreende a análise do imaginário presente nos cartões-postais sobre Porto Alegre. Para a constituição do corpus de análise, após serem identificados os locais de comercialização, durante a primeira quinzena de setembro de 2007, foram adquiridos todos os postais disponíveis para compra nos seguintes locais:

- a) bancas de revistas do centro de Porto Alegre (onde ocorreu a aquisição da maior parte dos postais);
- b) Casa de Cultura Mário Quintana (nenhum postal estava sendo comercializado no local);
- c) Santander Cultural (nenhum postal estava sendo comercializado no local);
- d) Museu de Artes do Rio Grande do Sul (aquisição de postais na livraria do Museu)⁵.

Foram adquiridos 63 postais. Desses, dois postais, por não apresentarem imagens representativas de Porto Alegre, foram retirados do *corpus* de análise, que passou a ser de 61 postais.

O estudo compreendeu quatro principais etapas de análise⁶:

- a) **identificação** (trabalho exploratório para a elaboração de ficha de identificação dos postais e digitalização das imagens);
- b) **análise pré-iconegráfica** (descrição dos postais evitando-se a atribuição de juízo de valor – descrição física);
- c) **análise iconegráfica** (identificação das temáticas apresentadas nos postais em grandes categorias. Essa etapa compreendeu três momentos:
 - 1) caracterização do tipo de patrimônio em: Patrimônio Histórico-Cultural⁷; Patrimônio Natural; ou Patrimônio Histórico-Cultural e Natural;
 - 2) caracterização das imagens em: 2.1) arquitetura, 2.2) estatuário, 2.3) mobiliário urbano, 2.4) monumento, 2.5) natureza e 2.6) mais de um item; e
 - 3) classificação das imagens por temáticas (tema central).

⁵ Os locais selecionados foram definidos por serem os principais locais de circulação de turistas em Porto Alegre.

⁶ Os estudantes de graduação em Relações Públicas da UFRGS Tonia Keiserman Lempke, Juliana Macedo e Waldomiro Augusto Aita Neto participaram das etapas 1, 2, 3 e, parcialmente, da etapa 4.

⁷ A categoria **Patrimônio Histórico-Cultural**, aqui, é empregada no sentido de Legado Histórico e Cultural e não em seu sentido restrito. Assim, essa noção “[...] inclui não apenas os bens tangíveis como também os intangíveis, não só as manifestações artísticas, mas todo o fazer humano, e não só aquilo que representa a cultura das classes mais abastadas, mas também o que representa a cultura dos menos favorecidos” (BARRETTO, 2000).

Na sequência, realizou-se a identificação dos atrativos (objeto foco da imagem), bem como a classificação da tomada fotográfica em: plano geral, plano parcial, detalhe ou mais de uma imagem; e

d) **análise interpretativa** (avaliação da materialidade dos postais: análise dos postais procurando, através da interpretação da predominância de cores, da verificação do momento do dia, plano de corte, presença de pessoas, áreas da cidade e atrativos, dentre outros aspectos, revelar o imaginário presente. Para isso, algumas informações foram categorizadas e quantificadas. A análise encontrou suportes nas teorias semióticas⁸ e em estudos da imagem, particularmente, da imagem fotográfica⁹). Para este texto, considerando as particularidades de cada etapa de pesquisa, opta-se por dar relevo aos resultados das etapas *c* e *d*.

■
⁸ Alguns dos autores que, mesmo a partir de lugares diferentes, fornecem subsídios para este estudo são: Peirce (1977), Barthes (1971), Santaella (1983; 2001; 2002) e Eco (1991; 1993).

■
⁹ Tais como: Barthes (1984), Joly (1996), Dondis (1997), Guimarães (2000; 2003), e Gomes Filho (2004).

4 O que mostram os postais: análise iconográfica

A partir da análise iconográfica realizada, quanto ao tipo de patrimônio destacado pelos postais, tem-se que o **Patrimônio Natural** aparece apenas 4 vezes (6,5%) como tema exclusivo dos postais, enquanto que o **Patrimônio Histórico-Cultural** aparece 22 vezes (36%). No entanto, o maior índice – 35 vezes (57,5%) – ainda consiste na articulação do **Patrimônio Histórico-Cultural** ao **Patrimônio Natural**. A tendência é a de registrar o **Patrimônio Histórico-Cultural**, porém no enquadramento (tomadas mais gerais, como por exemplo a panorâmica) há a interferência constante do entorno – importa lembrar que Porto Alegre é uma cidade arborizada.

A seguir (Quadro 1), apresentam-se os resultados da classificação das imagens dos postais em grandes categorias de análise. Salienta-se que a identificação por categoria não considerou a relevância do representado imageticamente. Assim, os postais podem ter sido contabilizados em mais do que uma categoria. Atenta-se, também, para o fato de que as imagens de 43 (70,5%) dos 61 cartões-postais apresentam mais de uma categoria.

Categoria	Número de postais	Porcentagem
Arquitetura	52	85.2
Natureza	42	68.8
Mobiliário urbano	18	29.5
Monumento	11	18.0
Estatuário	06	9.8

Quadro 1 – Classificação das imagens

Como se pode ver, com 52 imagens, a arquitetura é o principal foco dos postais. A categoria natureza aparece em 42 postais, porém, considerando-se que em 43 postais aparece mais de um item e, também, o fato de que, de modo geral, quando a imagem refere-se ao statuário e aos monumentos o plano é de detalhe,

pode-se dizer que a natureza (presença de árvores, rio, gramado etc.), mais do que ser protagonista da imagem, adquire papel apenas compositivo.

Na mesma direção, dos 61 postais analisados, 49 (80.3%) apresentam mais de uma temática. Nesse sentido, o Quadro 2 é construído de modo a contemplar o número de postais em que as temáticas aparecem (no mesmo postal podem estar presentes várias temáticas).

Temática dos postais	Número de postais	Porcentagem
Prédio (s)	47	77
Rio	29	47.5
Árvores	18	29.5
Vias	13	21.3
Escultura	11	18
Pôr-do-sol	10	16.4
Praça	09	14.8
Parque	07	11.5
Lago	06	9.8
Igreja	05	8.2
Ponte Móvel	05	8.2
Ilhas	04	6.5
Gastronomia	02	3.3
Temáticas com apenas 01 presença (1.6%): Estádio de futebol; Flor; Hipódromo; Praia; Estádio de futebol.		

Quadro 2 – Identificação por temáticas

Conforme se havia identificado anteriormente (quadro 1), a “arquitetura” (prédios) é o principal tema dos postais. Destaca-se, também, a importante presença da temática “rio”, em 29 postais, demonstrando sua relevância como atrativo, mesmo que o rio não seja foco central em nenhum postal. Isto é, o rio aparece como: o pôr-do-sol no rio; a ponte móvel sobre o rio; o Cais do Porto; a Usina do Gasômetro na margem do rio; as ilhas.

No quadro 3, são identificados e nominados os atrativos da cidade presentes nos postais. Conforme já ocorre no quadro anterior, um mesmo postal pode apresentar mais de um atrativo e que, portanto, será contabilizado em mais de um item. Salienta-se, também, a presença de muitos postais com mais de uma imagem fotográfica (de 2 a 6 imagens).

Atrativo	Número de citações	Porcentagem
Rio Guaíba	26	42.6
Usina do Gasômetro	11	18
Cais do porto	10	16.4
Vista Aérea do Bairro Centro	10	16.4
Mercado Público	07	11.5
Catedral Metropolitana	05	8.2
Ponte Móvel sobre o Rio Guaíba	05	8.2
Laçador	04	6.5
Museu de Arte do Rio Grande do Sul Ado Malagoli - MARGS	04	6.5
Casa de Cultura Mário Quintana	03	4.9
Palácio Piratini	03	4.9
Parque Moinhos de Vento	03	4.9
Centro Administrativo Fernando Ferrari	03	4.9
Chalé da Praça XV	03	4.9
Praça da Matriz	03	4.9
Theatro São Pedro	03	4.9
Atrativos com 02 aparições (3.3%): Av. Borges de Medeiros; Calçadão de Ipanema; Monumento a Júlio de Castilhos; Monumento aos Açorianos; Paço Municipal		
Parque Farroupilha; Praça Açorianos; Praça de Shiga; Praia de Ipanema; Terminal Rodoviário Julio Veppo.		
Atrativos com 01 aparição (1.6%): Aeroporto Internacional Salgado Filho; Antigo prédio dos Correios; Assembléia Legislativa; Auditório Araújo Viana; Bandeira do Rio Grande do Sul; Escultura de Girassóis; Estádio Olímpico Monumental; Hipódromo Cristal; Jardim Botânico; Largo Glênio Peres; Monumento ao Expedicionário; Parque Harmonia; Ponte da Azenha; Praça da Alfândega; Praça Itália; Prédio da Prefeitura Municipal; Secretaria da Fazenda; Shopping Praia de Belas; e Churrascaria Barranco.		

Quadro 3 – Atrativos da cidade retratados nos postais

O Quadro 3, que identifica e nomina os atrativos retratados nos postais, apresenta, para além do que já se disse nas análises anteriores, maior incidência de postais com vistas aéreas da concentração de prédios do centro de Porto Alegre. Nesse sentido, também reforça a presença coadjuvante do Rio Guaíba, do Cais do Porto e da Usina do Gasômetro. Revela ainda, que a maior parte dos atrativos identificados localiza-se, geograficamente, no Bairro Centro e adjacências. Vale lembrar que nessa região ocorre a maior presença de prédios históricos e atrativos culturais de Porto Alegre, tais como museus, casas de cultura e prédios públicos.

No Quadro 4, parece ficar ainda mais evidente a importância da região central, em seus diferentes recortes e enquadramentos, como tema para os postais.

Zonas da cidade/lugares	Número de citações	Porcentagem
Centro	23	37.7
Cidade geral, nenhum local específico	10	16.4
Múltiplas imagens	08	13.2
Zona Sul (Ipanema e Hipódromo do Cristal)	05	8.2
Centro Administrativo Fernando Ferrari	03	4.9
Ponte do Guaíba	02	3.4
Parque da Redenção	02	3.4
Zonas da cidade/lugares com apenas 01 aparição (1.6%): Parcão; Laçador; Parque Marinha do Brasil; Praça de Shiga; Aeroporto Salgado Filho; Shopping Praia de Belas; Estádio Olímpico; Restaurante Barranco.		

Quadro 4 – Zonas da cidade/lugares retratados nos postais

Aos 23 postais que retratam especificamente prédios e lugares do centro de Porto Alegre são acrescidos mais 9 (6 com imagens múltiplas que também retratam aspectos do centro e 3 vistas aéreas que têm o centro como foco), totalizando 32 postais (Quadro 5).

Identificação	Número de citações	Porcentagem
Postais com múltiplas imagens que também retratam o centro	06	18.8
Mercado Público	05	15.6
Usina do Gasômetro	04	12.5
Catedral Metropolitana e Praça da Matriz	04	12.5
Vistas aéreas que retratam região central	03	9.4
Cais do porto	03	9.4
Museu de Arte do Rio Grande do Sul Ado Malagoli – MARGS	02	6.3
Atrativos do centro com apenas 01 aparição (3.1%): Casa de Cultura Mário Quintana; Theatro São Pedro; Chalé da Praça XV; Av. Borges de Medeiros; Rodoviária.		

Quadro 5 – Postais do centro: identificação do que é retratado

Outra imagem que merece destaque devido sua constante presença nos postais, mesmo que seja, de modo geral, apenas elemento de composição e/ou imagem de segundo plano, é a do rio¹⁰ Guaíba. Dos 61 postais analisados, conforme se disse, a imagem do rio Guaíba aparece em 29, ou seja, em 47.5% dos postais. Isso tende a revelar a importância que o rio tem na construção do imaginário de Porto Alegre.

Dito isso e observando a proposta de análise de Armando Silva (2001; 2004), importa ainda atentar para outros aspectos observados nas imagens dos postais, tais como cor, turno do dia e presença/ausência de pessoas, considerados relevantes para se

■
¹⁰ Apesar da controvérsia sobre o Guaíba ser rio ou lago, considerando-se que o imaginário foi construído sobre a ideia de rio (formalmente reconhecido), aqui, será considerado Rio Guaíba.

realizar inferências sobre o imaginário de Porto Alegre atualizado nos/pelos postais.

Quanto à predominância de cores, tem-se o seguinte quadro

Predominância de cores	Ocorrências	Porcentagem
Azul	17	27.9
Cinza	16	26.2
Amarelo	11	18
Verde	07	11.5
Colorido	07	11.5
Céu em tonalidades de rosa	03	4.9
Total	61	100

Quadro 6 – Coloração predominante no postal

Conforme revela o Quadro 6, há evidente predominância de coloração em tonalidades consideradas frias, isto é, somados, são 40 (65.6%) os postais com predominância de tons azuis, cinzas e verdes.

Período do dia	Ocorrências	Porcentagem
Diurno	47	77.1
Entardecer	07	11.5
Noturno	06	9.8
Amanhecer	01	1.6
Total	61	100

Quadro 7 – Período do dia retratado

A maioria absoluta dos 61 postais, equivalente a 77.1%, retrata o turno diurno enquanto que às tomadas de imagens noturnas são dedicados 6 postais (9,8% do total de imagens). Outro aspecto a ser observado é a predominância ou não da figura humana nos postais. Constata-se que sua presença ocorre em 9 postais (14.7%) e, quando retratada, a figura humana aparece de modo impessoal (ao longe, como coletividade e/ou contra-luz).

Dito isso, antes de realizar a interpretação do imaginário atualizado nos/pelos postais, importa destacar os planos de cortes de suas imagens (Quadro 8). Como orientação, ressalta-se que os postais com mais de uma imagem não são classificados em planos de corte, pois que em um mesmo postal há a presença de mais de um tipo de corte.

Plano de corte	Número de postais	Porcentagem
Plano Geral	29	47.5
Plano Parcial	14	23
Mais de uma imagem e planos diversos	11	18
Plano Geral com Detalhe	07	11.5
Total	61	100

Quadro 8 – Planos de cortes das imagens dos postais

O Quadro 8 revela a tendência de os postais apresentarem planos gerais dos atrativos e da cidade como um todo (caso das vistas aéreas). Mesmo quando o foco consiste em prédio, monumento e/ou estátua, os planos de corte tendem a ser geral ou parcial. O plano detalhe é pouco empregado; somente aparece articulado a um plano geral, ressaltando algum aspecto, ou, então, na composição de um postal com múltiplas imagens, mesmo assim, não se trata de uma constante. A seguir, com base na análise iconográfica e mediante processos interpretativos, discorre-se sobre o imaginário de Porto Alegre que é tornado presente por/ em seus postais.

5 O Imaginário de Porto Alegre nos cartões-postais

A interpretação que se realiza, aqui, é suportada nos estudos semióticos, particularmente os relacionados à semiótica visual, e articulados aos estudos de imagem fotográfica. Da mesma forma, importa dizer que os postais, dentre outras coisas, são utilizados como forma de memória (registro de local visitado, por exemplo), como informação (enviar o postal a alguém para informar onde se está/esteve) e como demonstração de afeto (adquirir o postal para enviar ou entregar em mãos, e com isso dizer da lembrança). Além disso, não se pode desconsiderar o fato de que os postais visam ser consumidos, ou seja, seu papel econômico. Por fim, observa-se ainda, que a definição por uma imagem a ser veiculada em um postal tende a dar-se por diferentes critérios:

- a) o fotógrafo identifica algo que considera de valor para comercializar;
- b) registro fotográfico de atrativo considerado turístico pela comunidade local;
- c) acaso – captação de imagem sem a intenção de comercializá-la, mas que por suas características apresenta potencialidade comercial;
- d) definição oficial de novos atrativos, roteiros, rotas etc.

Dito isso, passa-se à interpretação do imaginário.

Conforme constatado na análise iconográfica, a maior incidência de imagens nos postais sobre Porto Alegre é de atrativos que se localizam na região central e adjacências. Isso revela um imaginário que se constrói historicamente, seja no sentido das manifestações culturais, relações com instâncias de poder político, religioso e, mesmo, econômico que ocorreram nessa região – implantação da cidade. Nesse sentido, os postais também revelam a importância do patrimônio arquitetônico edificado nessa região (essa arquitetura merece o maior número de postais), de modo geral, por importantes instituições, tais como as financeiras, as religiosas, as políticas e as comerciais. Em algum nível, isso

atualiza o aspecto teórico de que o imaginário é (re)tecido por sujeitos em relações histórico-sócio-culturais. Implica reconhecer, então, a existência de tensões entre, por exemplo, o que o poder público deseja que seja turístico, o que a comunidade reconhece como tal e o que o turista realmente consome. Dessa disputa de sentidos, entre a subjetividade e as intimações objetivas, que é diacrônica, o imaginário transforma e é transformado.

Outro importante aspecto constatado é o fato de um número expressivo de postais ser de vistas aéreas da cidade (13 postais do total de 61, sendo que 10 contemplam a área central da cidade). Pode-se inferir disso a manifestação de um imaginário que traduz a necessidade de expressar a compreensão de que se trata de uma grande cidade, somente apreendida em sua totalidade, a partir do alto. Da mesma forma, essa mesma ideia é conseguida por imagens produzidas em distanciamento e/ou pela aproximação e, assim, agigantado os prédios. Paradoxalmente, o imaginário é de uma cidade vazia, pois que, do total de postais, o elemento humano apenas aparece em 9 (14.7%), de modo pouco relevante (sem identificação, ao longe e/ou em contra-luz). O desejo de uma megacidade está presente, a cidade é imaginada como tal, mas não vivida.

Os postais, até por estarem desatualizados (maior parte), revelam, pela ausência, a negação das relações sociais. Se é possível dizer que isso se deve às características de imagens que têm como principal foco a arquitetura (privilegiar a edificação e eliminar a contaminação da imagem pelo elemento humano), também é possível inferir que não há interesse na atualização dos postais, e, fundamentalmente, que os lugares de sociabilidade/manifestações são neutralizados. Assim, não está no imaginário presente nessa mídia “o Brique da Redenção”, o “Fórum Social Mundial”, “Feiras do Livro”, “Acampamento Crioulo”, “Bienais”, “Movimentação noturna, como a da Cidade Baixa” etc. É uma cidade para se ver e não para se experimentar. Não tem “som” e nem movimento. O imaginário é de uma cidade com tendência ao vazio e ao frio – cidade estática. Estaticidade e frieza que é reforçada pela predominância de cores frias como o cinza, o azul e o verde. Na mesma direção, constata-se que a vida noturna não está no imaginário que se materializa nos postais.

As imagens também revelam forte relação da cidade com o rio Guaíba – total de 29 postais ou 47,5%. Essa relação se materializa em imagens, tais como: o pôr-do-sol no rio; a Usina do Gasômetro às margens do rio; o cais do porto; a ponte móvel e o rio; a praia de Ipanema e o rio; vistas da cidade a partir das ilhas e/ou barcos; além das várias vistas aéreas que focam o centro da cidade articulado ao desenho do rio. Pode-se inferir que, se por um lado o rio não é sempre o foco da imagem, por outro é uma

constante. Ressalta-se que, historicamente, é junto ao rio Guaíba que a cidade de Porto Alegre é fundada e se desenvolve – aí está, como se disse, a concentração econômica, a financeira, a política, a religiosa e, hoje, a cultural (cultura, aqui, em sentido restrito). Desse modo, é impossível dissociar o imaginário da cidade do rio.

Além do rio Guaíba, a natureza pouco aparece como tema central dos postais. Apesar de sua presença constante, de modo geral, apenas é elemento captado por fazer parte do contexto fotografado. Parques e praças somente são presenças em 4 postais. Isso denota o imaginário de pouca relevância aos aspectos naturais como atrativo turístico. Apesar de Porto Alegre dizer-se ser uma cidade cultural, que tem a Bienal do Mercosul como importante manifestação dessa compreensão, monumentos e estátuas, mesmo existindo em boa quantidade, são pouco exploradas (27,9% do total).

Outra importante constatação é a quase ausência de imagens que referenciam a cultura gauchesca, ou seja, há apenas um postal do Laçador e outros 3 postais de imagens múltiplas (mais de 2 imagens) em que, novamente, o monumento é referido. Ainda, há um postal com viés comercial/serviço que refere o churrasco, central para gastronomia gaúcha – postal da Churrascaria Barranco. Isso causa estranhamento caso se considere que muito da identidade do ser gaúcho, particularmente na perspectiva da mídia, se constrói sobre esses elementos. É como se nos postais esse perfil identitário fosse flexibilizado, neutralizado em prol de outros elementos constitutivos de identidade, particularmente os arquitetônicos.

Assim, o imaginário nos postais atualiza tensões, presenças e ausências. A tensão cidade-rio; a megalópole e a ausência de pessoas; a noite ignorada; o movimento eliminado; a estaticidade fria; a tradicionalismo gaúcho posto em suspenso; e a experimentação negada.

The Porto Alegre's imaginary by it's postcards

ABSTRACT

This article presents the analysis of 61 postcards about Porto Alegre, RS, in purpose to reveal the imaginary of the city updated by/in them as an authorized discourse. According to the imaginary of/in the postcards, Porto Alegre is a greatly enlarged city by its tangled buildings' images while, at the same time, is empty, static, deprived of social relations. In the postcard's city, the experimentation seems to be denied. The city is diurnal, doesn't have movement, presented in cold colors and thought is contiguous with the lake, has little dialogue with it. Architecturally (architectural elements are the main focus of the images), the Porto Alegre of the postcards is just the downtown city where the largest concentration of buildings are located and recognized as a patrimony. In the postcards, which are also registration and memory, the imaginary and the local culture (gauchesca) incorporated are not very significant.

KEYWORDS: Communication. Imaginary. Postcard. Porto Alegre (RS).

El imaginario de Porto Alegre por sus postales

RESUMEN

Se presenta el análisis de 61 postales de Porto Alegre, RS con el objetivo de revelar el imaginario de la ciudad por ellos actualizado como el habla autorizada. De acuerdo con el imaginario de/en los postales, Porto Alegre es una ciudad hecha gigante en imágenes de predios enmarañados y, al mismo tiempo, vacía, estática, carente de relaciones sociales. Nella la experimentación parece ser negada. La ciudad de los postales es diurna, no presenta movimiento, tiene colores fríos y se yuxtapone al río, pero poco dialoga con el. Arquitectónicamente (elementos arquitectónicos son el foco principal de las imágenes), la Porto Alegre de los postales es aquella de la región central donde esta la mayor concentración de predios declarados patrimonio. En los postales – que también son registro, memoria – el imaginario y la cultura gauchesca accionados son poco significativos.

PALAVRAS CLAVE: Comunicação. Imaginário. Postal. Porto Alegre (RS).

Referências

BALDISSERA, Rudimar. Significação e comunicação na construção da imagem-conceito. **Revista Fronteiras** : estudos midiáticos. São Leopoldo: Unisinos, v. 10, n. 3, p. 193-200, set./dez. 2008.

BARRETTO, Margarita. **Turismo e legado cultural**: as possibilidades do planejamento. 4. ed. Campinas: Papirus, 2000.

BARTHES, Roland. **Elementos de semiologia**. São Paulo: Cultrix, 1971.

_____. **A Câmara clara**: nota sobre fotografia. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1984

DONDIS, Donis A. **Sintaxe da linguagem visual**. São Paulo: Martins Fontes, 1997.

ECO, Umberto. **Interpretação e superinterpretação**. São Paulo: Martins Fontes, 1993.

_____. **Tratado geral de semiótica**. 2 ed. São Paulo: Perspectiva, 1991.

DURAND, Gilbert. **As Estruturas antropológicas do imaginário**: introdução à arquetipologia geral. São Paulo: Martins Fontes, 1997.

_____. **O Imaginário**: ensaio acerca das ciências e da filosofia da imagem. 2. ed. Rio de Janeiro: Difel, 2001.

GOMES FILHO, João. Gestalt do objeto: sistema de leitura visual da forma. 6. ed. São Paulo: Escrituras, 2004.

GUIMARÃES, Luciano. **A Cor como informação**: a construção biofísica, linguística e cultural da simbologia das cores. São Paulo: Annablume, 2000.

_____. **As Cores na mídia**: a organização da cor-informação no jornalismo. São Paulo: Annablume, 2003.

JOLY, Martine. **Introdução à análise da imagem**. Campinas, SP: Papirus, 1996.

MAFFESOLI, Michel. O imaginário é uma realidade. **Revista Famecos**, Porto Alegre n. 15, p. 74-82, ago. 2001.

- PEIRCE, Charles S. **Semiótica**. São Paulo: Perspectiva, 1977.
- RUIZ, Castor B. **Os Paradoxos do imaginário**. São Leopoldo: Unisinos, 2003.
- SANTAELLA, Lúcia. **Imagem, cognição, semiótica, mídia**. 3.ed. São Paulo: Iluminuras, 2001.
- _____. **O que é semiótica**. São Paulo: Brasiliense, 1983.
- _____. **Semiótica aplicada**. São Paulo: Pioneira Thomson Learnign, 2002.
- SCHAPOCHNIK, Nelson. Cartões-postais, álbuns de família e ícones da intimidade. In SEVCENKO, Nicolau (Org.). **História da vida privada no Brasil**. São Paulo: Companhia das Letras, 2008.
- SILVA, Armando. La ciudad em sus símbolos: una propuesta metodológica para la compresión de lo urbano em América Latina. In SILVA, Armando. **Imaginários urbanos**. São Paulo: Perspectiva, 2001.
- _____. **Imaginários urbanos: hacia la construcción de um urbanismo ciudadano: metodologia**. Bogotá: Convenio Andrés Bello, Universidad Nacional de La Colômbia, 2004.
- SILVA, Juremir Machado da. **As Tecnologias do imaginário**. Porto Alegre: Sulina, 2003.
- VASQUEZ, Pedro. **Postaes do Brazil**. São Paulo: Metalivros, 2002.

Rudimar Baldissera

*Doutor em Comunicação pela Pontifícia Universidade do Rio Grande do Sul (PUCRS).
Mestre em Comunicação/Semiótica pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS).
Professor adjunto do Curso de Comunicação da Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação e do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS).
E-mail: rudimar.baldissera@ufrgs.br*

Sandra M. L. P. Gonçalves

*Doutora em comunicação e Cultura pela Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro (ECO-UFRJ).
Mestre em Comunicação e Cultura pela Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro (ECO-UFRJ).
Professora adjunta do Curso de Comunicação Social da Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS).
Fotodocumentarista social.
E-mail: sandrapgon@terra.com.br*

Enoi Dagô Liedke

*Doutoranda do Programa Informação e Comunicação em Plataformas Digitais da UP e UA – Portugal.
Mestre em Administração pelo Programa de Pós-Graduação em Administração da Universidade Federal do Rio Grande do Norte (PPGA-UFRN).
Professora assistente do Curso de Comunicação da Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS).
E-mail: enoidl@ufrgs.br*