

**Fotografia de paisagem no cartão-postal:  
atualização da imagem de Florianópolis na primeira metade do século vinte**

THIAGO J. SAYÃO<sup>1</sup>

*Um fotógrafo que não sabe ler suas próprias  
fotos não é pior que um analfabeto? Não se  
tornará a legenda a parte mais essencial da  
fotografia?*

(Walter Benjamin)

Este texto faz parte da pesquisas sobre as representações das paisagens da Ilha de Santa Catarina do final do século dezenove e começo do século vinte (1890-1940). Escolhi trazer para este simpósio a imagem fotográfica impressa no cartão-postal, porque, além de compor a série de imagens das paisagens da Ilha, é um tema profícuo para se pensar a leitura de imagens na perspectiva da visualidade.

As imagens no postal serão discutidas a partir de três pontos: 1 – Imagem que dispensa autoria; 2 – Imagem-mercadoria; e, 3 – Imagem que atualiza o olhar sobre o espaço por meio da representação da paisagem. Os cartões-postais antigos da Ilha de Santa Catarina fazem parte do acervo da Casa da Memória, instituição gerida pela Fundação Cultural de Florianópolis Franklin Cascaes (FCFFC), da Prefeitura Municipal de Florianópolis, e do arquivo da “coleção” José Boiteux do Instituto Histórico e Geográfico de Santa Catarina (IHGSC). Os postais compõem uma memória institucional da cidade através da representação de suas paisagens. Os postais fabricam uma imagem oficial de Florianópolis por meio do discurso visual autorizado do espaço.

A imagem fotográfica do cartão-postal antigo de Florianópolis é anônima. São pouquíssimos os postais que trazem informação sobre os autores das fotografias, para ser mais preciso encontrei apenas um postal (da antiga Rua do Livramento, hoje Trajano) que traz o nome do fotógrafo: Conrado Goeldner. Saber a autoria das imagens dos postais parece que é, aos olhos das instituições oficiais, secundário se não

---

<sup>1</sup> Doutorando em História pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS).

irrelevante. Em primeiro lugar porque não há um trabalho de pesquisa para a identificação das imagens, em segundo porque as imagens são tratadas como verdadeiro testemunho, não como composição, enquanto técnica e não arte. Apenas o valor informativo e documental é evidente já o aspecto expressivo da imagem é negligenciado. O anonimato das imagens postais arquivadas nas instituições oficiais de memória reforça a ideia de que a fotografia é uma fonte direta ao passado, uma imagem que espelha o lugar no tempo. Espécie de janela com vistas para o passado. A fotografia estaria assim, em meio aos artefatos que formam uma visualidade objetiva da cultura anterior, o que faz pensar que tais instituições têm a fotografia da mesma forma que os documentos oficiais escritos: ambos são ligações diretas com “aquilo que foi”. Neste sentido a imagem no postal deixa de ser percebida como deveria: um construto social. Ela é um artefato criado dentro das condições objetivas de produção e das representações guardadas na memória coletiva.

Um levantamento dos fotógrafos que atuaram em Florianópolis nas primeiras décadas do século XX ainda está por se fazer. O primeiro retratista, segundo Oswaldo Rodrigues Cabral, se instalou em Desterro em 1859. Seu nome era João Azzaly e seus retratos eram produzidos pelo “sistema Ambrotypo e Cristalotypo”. Depois dele outros fotógrafos passaram pela província ou ali se estabeleceram, como foi o caso de Gabriel Marroig, que vendia álbuns a 15 mil réis em 1877. E, em 1884, “um artista de nome Osório” tirou foto fora dos estúdios: retratando a “vista do palácio do governo” e com ele “fez cartões e expôs à venda”. É importante saber que até a invenção da câmera portátil Kodak, em 1888, a operação fotográfica era uma tarefa de profissionais, antes disso “não havia instantâneos – pois a aparelhagem então empregada era um verdadeiro trambolho – mas fotografias de gabinete, de estúdio, posadas com calma e com tempo, pois técnica não estava aperfeiçoada e exigia poses demoradas.” (CABRAL, 1979:348-351).

A dificuldade que o historiador tem em trabalhar com imagens anônimas é justificada pela falta de informações sobre a exata situação que envolveu a produção fotográfica de determinado fotógrafo. Porém, (e aí que entra a importância do conceito de visualidade na leitura de imagem), entendo que a imagem anônima é uma importante referência no estudo das formas de ver; de construir o mundo a partir de sua visibilidade. Concordo com John Berger que “toda imagem incorpora uma maneira de

ver” (BERGER, 1999: 12). Mesmo sem trazer o nome do autor a imagem anônima é documento histórico que dá a ver uma maneira de pensamento sobre o mundo. Miriam Moreira Leite compreende a fotografia anônima em sua própria particularidade. Segundo Leite:

*A fotografia anônima é única e jamais semelhante. É encontrada sem legenda e sem dedicatória e tem de se exprimir sem palavras complementares. Como não pode ser identificada obriga os historiadores oficiais a aprender a olhar, a sentir e a captar com modéstia diante do acaso, que leva o invisível ao domínio do visível.*

*A fotografia anônima pode conter estereótipos que constituem o verdadeiro território da história em matéria de documento, através de atitudes consideradas justas ou verdadeiras, de elementos furtivos ou de unidades isoladas, referentes à história do cotidiano.*

*A boa foto condensa o olhar; nela cada parte reflete o todo, enquanto a anônima tolera a dispersão pelas margens, multiplicidade de interesses e leituras, é rica de informações que rompem o estético, sem precisar negá-lo, e suas leituras ligam-se e sofrem a pregnância do tempo e dos hábitos socioculturais. É constituída de imagens isoladas e dispersas de comportamento fotográfico diferente, embora não menos complexo, de amadores ou profissionais desconhecidos. Feita para recordar atos da vida, em sua continuidade, está carregada de conotações tanto mais fortes quanto mais condicionadas pelo mundo exterior (atos sexuais, violência, dramas e conflitos) podem unir o cotidiano e ser da maior importância para a história dos costumes, da indumentária, das técnicas e cobrir manifestações sociais desde as mais humildes e medíocres. (LEITE, 2000: 164-5)*

Portanto, a fotografia anônima é uma fonte passível de análise das práticas cotidianas e também das visões estereotipadas de mundo. A análise da fotografia anônima se fundamenta na leitura de sua própria aparência, daquilo que é enquadrado na imagem. A análise da composição da imagem é o único meio de decifração deste tipo de foto-documento. O estudo da fotografia sem autoria exige sensibilidade e erudição para interpretar os elementos visíveis da imagem: os elementos em destaque, as ações que se descortinam, assim como o enquadramento da cena. Na análise da foto anônima é importante a confrontação das imagens (série), a fim de identificar as convergências e/ou divergências entre temas ou motivos retratados. A imagem sem autoria deve ser lida na relação com outros discursos e imagens seus contemporâneos. Vista na relação com outras fontes visuais e discursivas a foto anônima é constituinte da representação que fazemos do espaço. Assim, os postais são visões preservadas da cidade que constroem uma imagem do espaço.

A fotografia no postal é, por sua vez, uma mercadoria destinada ao consumo de massa e está relacionada, particularmente, com a prática dos colecionadores e, fundamentalmente, com o turismo. O postal tem o mesmo efeito simbólico que a fotografia: transformar a imagem do mundo em mercadoria. Segundo Susan Sontag: a fotografia tem o poder de “converter o mundo em uma loja de departamento ou num museu sem paredes em que todo tema é degradado na forma de um artigo de consumo e promovido a um objeto de apreciação estética” (SONTAG, 2004: 126). Entre os temas dos cartões-postais vendidos no Brasil no começo do século vinte estava: as paisagens, que exaltavam a natureza sublime dos trópicos e os jardins públicos; o panorama urbano que destacava a arquitetura eclética e as grandes avenidas; os “tipos exóticos” (representantes da cultura popular) que perambulavam nas ruas; e as pessoas famosas, personalidades políticas ou artistas. Assim, o postal participa da dinâmica capitalista de comércio de imagens de valioso capital simbólico segundo o ideal estético da burguesia.

O turista é o consumidor potencial dos postais. O turista é uma espécie de *flâneur* pois ambos, o turista e o *flâneur*, estão associados ao ócio e ao ambiente urbano do mundo pós-revolução industrial. A diferença, porém, é que o turista, diferente do *flâneur*, é um consumidor em potencial de *souvenirs* e imagens fotográficas (em especial os postais). Artefatos que, por meio das representações que o delimitam, consagram o local visitado. Por outro lado, os postais difundiram imagens do mundo até então inacessíveis para a grande maioria da população. Por isto entram como produtos de um período histórico que Walter Benjamin chamou de “era” da reprodutibilidade técnica. As fotos-postais são artefatos democráticos que permitem que todos conheçam o mundo sem sair do lugar. Segundo Boris Kossoy: os cartões-postais “sempre propiciaram a possibilidade imaginária de viajar para qualquer parte do mundo sem sair de casa” (KOSSOY, 2002: 65).

Os proprietários dos cartões-postais pertenciam, no começo do século vinte, a classe abastada da sociedade. Era um tipo de consumidor diferenciado que colecionava imagens dos lugares que esteve. Enviava e recebia notícias de outras paragens. Boris Kossoy, em seus estudos sobre São Paulo, diz que os cafeicultores paulistas formavam um dos principais grupos de consumidores de postais. Em suas viagens para a Europa (Paris, Londres e Berlim) tinham o costume de enviar postal a parentes. “É esta elite”, diz Kossoy, “que almeja por uma capital com uma nova imagem, – *iconograficamente*

*européia*” (KOSSOY, 2002:66). As fotografias eram as referências para se pensar a nova cidade. Ali era possível ter acesso a imagem que representava os desejos da burguesia da *Belle Époque*. Segundo Kossoy o período que compreende o final do século XIX e começo do XX marca a “era do ouro” dos cartões-postais, em função da possibilidade de reprodução de imagens e da multiplicação dos transportes de massa; o trem e o navio a vapor. Em 1899, “a Alemanha produziu 88 milhes de unidades, seguida pela Inglaterra com 14 milhões, Bélgica: 12 milhões e França 8 milhões, Já em 1910 a França liderava produzindo nada menos que 123 milhões de postais” (KOSSOY, 2002: 64). Estas cifras dão a ideia da influência dos postais na divulgação de visões paisagísticas do mundo. A fotografia, neste sentido, consagrou o modo de perceber o espaço em perspectiva (a distância), pois, até o advento da fotografia o olhar em perspectiva estava restrito ao universo das pinturas de paisagens.

Não paramos para pensar o quanto o sentimento frente a paisagem tem sido reconstruído ao longo do tempo. Os historiadores da arte dão a ver que a apreciação da paisagem nasceu da pintura de paisagem, no alvorecer do período renascentista. Segundo Yi-Fu Tuan a pintura de paisagem representou uma verdadeira revolução na percepção do tempo e espaço.

*A pintura de paisagem, com seus objetos organizados ao redor de um ponto de fuga para onde convergem as linhas, parece-se mais com a maneira humana de olhar o mundo; no entanto, surgiu na Europa somente no século XV. Desde então as pinturas de paisagem que transforma “a simultaneidade do espaço em um acontecimento do tempo – isto é, uma sequência irresistível de acontecimentos –” tem se tornado cada vez mais populares. Ver a paisagem em perspectiva pressupõe uma importante reordenação do tempo e do espaço. A partir da Renascença, na Europa, o tempo foi perdendo continuamente seu caráter repetitivo e cíclico e tornando-se mais e mais direcional. A imagem do tempo como oscilante ou como órbita circular deu lugar à imagem do tempo como flecha. O espaço e o tempo ganharam subjetividade ao serem orientados para o homem. Certamente espaço e tempo sempre estiveram estruturados de acordo com os sentimentos e necessidades humanas individuais; mas na Europa este fato atingiu quase a superfície da consciência em certo período de sua história e encontrou expressão na arte. (TUAN, 1983: 137)*

A imagem fotográfica da paisagem no postal é uma tentativa de imitar a forma de mirar o espaço que se restringia a pintura. Inclusive, os postais eram retocados com tinta a fim de recuperar as cores perdidas nas imagens preto e branco das fotos antigas. Segundo Maria Borges o cartão-postal ilustrado foi uma utilização rentável para as fotos instantâneas produzidas pelas máquinas Kodak. E, mais uma vez, a “fotografia

dialogava com a pintura. Punha suas lentes para fixar e divulgar partes de vilas e cidades já consagradas por sua importância comercial, histórica, etc”. (BORGES, 2003:58)



Importante frisar que o cartão-postal colorido à mão é contemporâneo do movimento estético conhecido como pictorialismo, que, segundo Heloise Costa foi “uma tentativa de dar à fotografia o estatuto de obra de arte” (COSTA, 1998:262). Segundo Vânia de Carvalho: “a pintura propõe um modelo de relacionamento com a natureza que a fotografia tenderá em parte a imitar utilizando os mesmos recursos compositivos” (CARVALHO, 1998: 207). Para Yi-Fu Tuan a semelhança entre pintura e fotografia de paisagem está no olhar em perspectiva, “nos últimos cem anos”, diz Tuan, “a fotografia tem intensificado e popularizado a visão em perspectiva” (TUAN, 1983: 1983). Esta ideia é compartilhada por André Rouillé que diz:

*A fotografia aperfeiçoa, racionaliza e mecaniza a organização imposta ao Ocidente a partir do século XV: a forma simbólica da perspectiva, o hábito perceptivo que ela suscita, e o dispositivo da ‘câmara obscura’. A perspectiva é uma organização fictícia, imaginária, reputada por imitar a percepção; a imagem em perspectiva traduz a prosa do mundo na língua estrangeira de um enquadramento codificado, convencional. O hábito perceptivo que se desenvolveu com a imagem em perspectiva não é contestado na metade do século XIX pela fotografia, ao contrário, ela é sistematizada pela óptica e pelo emprego obrigatório da câmara escura, que anteriormente era apenas um acessório facultativo na panóplia dos pintores. (ROUILLÉ, 2009:63)*

Assim, a fotografia de paisagem coroa a estética visual da modernidade que busca a verdadeira imagem do mundo. Com o desenvolvimento das técnicas fotográficas e do instantâneo o retrato se popularizou no século XX. Devido a maior facilidade de registro e cópia de imagens aumentou-se a divulgação das fotos de vistas e paisagens. As imagens capturadas de aparelhos mecânicos serviram, contudo, para registrar ângulos já consagrados do mundo por outras artes, mas também para apresentar novos quadros até então desconhecidos aos olhos (como no movimento cinematográfico proporcionado pela câmera lenta e a ampliação de uma fotografia). A fotografia, mas também o cinema são ícones de um tempo marcado fortemente pela cultura visual. Acelerou-se, com as máquinas, o processo de mapeamento e de descoberta do mundo. As imagens capturadas pelas câmeras afirmavam que era possível reproduzir a realidade tal como ela é. A fotografia apareceu como uma forma de olhar realístico que ressaltava a objetividade do registro imagético.



A paisagem insere-se no regime de visualidade moderno. A apreciação da paisagem faz parte de nossa relação íntima com o espaço. Através da paisagem transformamos espaço em lugar. A noção de espaço e lugar é importante para compreensão da fabricação da paisagem, porque a paisagem seria a apropriação estética das reais propriedades do espaço. Neste sentido espaço e lugar são categorias fundamentais para se pensar a representação da paisagem. Quando falamos em espaço

temos a noção de abertura, de amplitude, ao contrário daquilo que imaginamos quando nos referimos a lugar. Este relaciona-se com fechamento, configuração. Segundo Michel de Certeau existe uma diferença marcante entre os conceitos de lugar e espaço. Enquanto o “lugar é uma configuração instantânea de posições”, e por isso “implica uma indicação de estabilidade”; o espaço, em oposição, “é o cruzamento de móveis”, “diversamente do lugar, não tem, portanto, nem a univocidade nem a estabilidade de um *próprio*” (CERTEAU, 1994:201-2). Podemos dizer, assim, que a paisagem é a representação de um espaço, portanto age na elaboração de lugar(es). A paisagem transforma espaço em lugar, em ambiente pré-definido por significado preciso. A paisagem entendida como delimitação e organização espacial se assemelha a arquitetura, que age na transformação dos espaços em lugares habitados (função primeira da arquitetura). A paisagem e a arquitetura trabalham com a *arquê* de um tempo. Ambos produzem visibilidades a partir de certa arrumação e ordenação espacial.

A representação da paisagem é uma composição cultural complexa, a qual articula um conjunto de referenciais, ideias e sentimentos compartilhados por uma coletividade em determinado período histórico. Os elementos que compõem a imagem de uma paisagem podem ser lidos como expressões gráficas de um texto escrito, uma vez que a imagem da paisagem é parte de uma série discursiva, histórica e geograficamente localizada. A representação da paisagem compreendida como linguagem, é uma forma de expressão que dá a ver certo arranjo visual do espaço. Como linguagem, a representação da paisagem é portadora (e produtora) de sentidos construídos social e culturalmente. Ela pode se manifestar em diferentes suportes, físico ou virtual: em quadros (pinturas), textos (especificamente os descritivos), fotografias, filmes etc. Tais suportes, imagéticos ou textuais, são verdadeiros índices culturais que uma sociedade elabora sobre o ambiente conhecido, ou aquele que se quer conhecer. Segundo Augustin Berque:

*A paisagem não se reduz aos dados visuais do mundo que nos rodeia. Sempre especificada, de alguma maneira, pela subjetividade do observador; subjetividade que vai além de um simples ponto de vista ótico. O estudo da paisagem é por sua vez outra coisa que uma morfologia do ambiente.*

*Contrariamente, a paisagem não é apenas o ‘espelho da alma’. Refere-se a objetos concretos, que existem realmente em nosso entorno. Não é nem um sonho nem uma alucinação; porque aquilo que ela representa ou evoca pode*

*ser imaginário mas exige sempre um apoio objetivo. O estudo da paisagem é por conseguinte outra coisa que uma psicologia do olhar.*

*Em outros termos, a paisagem não reside apenas no objeto, nem apenas no sujeito, mas na interação complexa destes dois termos. Esta abordagem, que põe em jogo diversas escalas de tempo e de espaço, não envolve menos a instituição mental da realidade que a constituição material das coisas. É esta complexidade mesma deste cruzamento que envolve o estudo da paisagem. (BERQUE, 1994:5)*

Percebemos a paisagem, então, como resultado de uma dupla *artilisation* (não há uma palavra na língua portuguesa que traduza este termo, compreendemos, contudo, como uma maneira de estetização do espaço). *Artilisation* inclui, por um lado, a domesticação (pacificação) do espaço – donde surgem o jardim (representação da paisagem em um sítio) e as representações visuais do espaço (formadas por imagem ou discurso), em forma de linhas, cores ou palavras. De acordo com Alain Roger:

*A percepção, histórica e cultural de todas as paisagens - campanha, montanha, mar, deserto, etc - não requer nenhuma intervenção mística (como se elas descendessem do céu) ou misteriosa (como se elas viessem do solo), ela opera-se da forma como eu a nomeio, tomando uma palavra de Montaigne, uma artilisation.. (ROGER, 1997:10)*

Simon Schama também compreende a noção de paisagem como uma forma de “ver”, na qual a natureza não pode ser separada da percepção humana, pois ela, enquanto paisagem, é resultado da “obra da mente”. É nesse sentido que Schama estuda o conjunto de imagens guardadas na memória coletiva, já que a paisagem “compõe-se tanto de camadas de lembranças quanto de estratos de rochas”. (SCHAMA, 1996:17) Segundo Simon Schama: “toda a nossa tradição da paisagem é o produto de uma cultura comum, trata-se, ademais, de uma tradição construída a partir de um rico depósito de mitos, lembranças e obsessões”. (SCHAMA, 1996:10).

O conceito de paisagem apresenta-se como uma chave que dá acesso a ideias e sentimentos do tempo passado. As paisagens são elaboradas a partir das experiências sensíveis da relação com o espaço, mas mediadas por um conjunto de imagens armazenadas na memória e no discurso. A paisagem é uma representação imagética ou narrativa construída racional e sensivelmente. Ela é um artefato, um objeto passível de

análise histórica, justamente por resultar da produção cultural socialmente construída em uma época. Por isto é comum que as paisagens românticas do século XIX estejam associadas aos discursos de identidade nacional. As paisagens representavam, naquele momento, o verdadeiro espírito da “terra natal”.

Assim, a análise da paisagem requer a interpretação dos sentidos atribuídos aos espaços inventados artística e linguisticamente. Para que possamos compreender uma paisagem devemos problematizá-la, ou seja, questionar o processo de sua composição e a contexto em que foi confeccionada. Toda paisagem é uma produção situacional. Neste sentido a representação da paisagem é um documento histórico que deve ser “lido” enquanto testemunho da visualidade de um tempo. Entendemos a representação da paisagem como uma invenção que envolve relações afetivas e objetivas com determinado lugar. Ela é um artefato cultural preche de significados que precisam ser interpretados a luz de outras fontes, suas contemporâneas. Toda a paisagem deve ser lida de forma relacional.

A paisagem é a porção visível do território. A paisagem no sentido de representação do território apreende a totalidade dos sentidos de um espaço. É a partir da paisagem que a imagem do território pode ser estudada. A representação da paisagem é uma forma de arrumação territorial, que busca colocar as “coisas” em seus devidos lugares, de ajustar as relações sociais e as posições dos indivíduos e dos grupos segundo determinado ponto de vista. É neste sentido que Michel Conan afirma que *depuis la fin du XVIIIe, le paysage a eu partie liée avec l'idée de nation*. (CONAN, 1994:41).

A paisagem permite entrar em contato com os regimes visuais produzidos no meio social. A paisagem constrói lugares, dá visibilidade a uma forma de imaginar o espaço, portanto é fonte para investigação da visualidade, que consiste em um conjunto de discursos e práticas que configuram as experiências visuais historicamente situadas. (MENESES, 2003:31). As paisagens da Ilha do começo do século vinte fazem parte do que Michel Foucault qualificaria de “episteme de uma época”, uma vez que, está enredada em uma série discursiva. Série a qual mantém estreito vínculo com o desejo de modernização da elite, e se concretiza em ações normativas: regras de sociabilidade e leis de interdição.

As vistas fotográficas que os postais dão a ver dominam o repertório de representações visuais na primeira metade do século vinte. Momento em que a sociedade de Florianópolis experimentava as reformas de embelezamento e paisagismo urbano, visíveis nas novas fachadas de prédios, que seguiam a tendência da arquitetura eclética. O cuidado com a imagem do corpo e do espaço urbano se tornou cada vez mais presentes nos discursos e nas práticas urbanas. O início do século vinte foi o tempo marcado pela visualidade e pela busca da beleza, isso se revelou, em Florianópolis, tanto na arquitetura quanto nas roupas inspiradas na moda europeia. Seguir a moda era uma maneira de se diferenciar socialmente: decorar o lar com mobiliários inspirados na *art nouveau*; usar luvas e chapéus no ambiente público era verdadeiro símbolo de *status* em uma sociedade que sublinhava os aspectos visuais do mundo.

Atualmente as imagens das paisagens são apropriadas pelo turismo, servem perfeitamente às estratégias de *marketing* de “venda” do estilo de vida que mescla conforto da modernidade e autenticidade da tradição. Este tipo de apropriação, no entanto, diferencia-se das práticas do começo do século vinte. A cidade de Florianópolis na primeira metade do século vinte recém começara o processo de urbanização, pavimentação de ruas; recolhimento do esgoto por redes subterrâneas; iluminação pública de ruas e becos com lâmpadas elétricas. Se a realidade ainda não era o espelho da Paris de Haussmann ou do Rio de Janeiro de Pereira Passos, ao menos as imagens das paisagens serviriam como apresentação dos desejos de modernidade. As representações das paisagens sejam elas da natureza sublime, da arquitetura eclética, dos jardins e passeios públicos e dos balneários, exclui invariavelmente o diferente, o conflitante, o que pode vir a ameaçar, a romper a imagem de ordem e limpeza tão almejada pelos “modernos”.

Os postais disseminam o olhar paisagístico para toda a sociedade, democratizam a visão em perspectiva. Atualizam a forma de representação do espaço, que passa da pintura pra a fotografia, do manual para o mecânico (físico-químicos). Segundo Annateresa Fabris, a fotografia provoca “uma mudança absoluta no estatuto social da imagem e no comportamento perceptivo, que se torna unificador e uniformemente partilhado por todos”. (FABRIS, 2006:164).



A paisagem panorâmica se inscreve no regime visual de apreensão do mundo. A composição panorâmica é feita para apreciação estética do espaço, para o passeio linear do olhar sobre a superfície da imagem. A paisagem fotográfica no postal é ao mesmo tempo um meio de correspondência, entretenimento e afetividade. Os postais atualizam a imagem da cidade, proporcionam, segundo Nelson Schapochnik, “uma percepção afetiva e estética dos monumentos e paisagens, denotando o processo de interiorização e familiaridade com o local” (SCHAPOCHNIK, 1998:426), e com um (novo) tempo.

Apesar da paisagem no postal ser um “ponto de vista” consagrado e autorizado, que participa do jogo da configuração do lugar – que se quer ordenado e unificado, ela ainda é apresentada como documento visual “neutro”. Traz uma ideia de tempo e espaço harmônica; comparável a memória que procuramos guardar dos parentes falecidos. O postal constrói uma memória sem traumas. Não vemos sinal de conflito ou ruptura quando deslizamos o olhar sob a superfície da imagem. A fotografia da paisagem é uma pausa pacífica envolta na atmosfera mágica, quase palpável, da saudade. Ao mesmo tempo, a paisagem no postal consagra o cenário ideal do futuro, é o território que todo governante gostaria de ter para governar.

O sucesso da fotografia de paisagem nos cartões postais é indício de uma série de fatores socioculturais: da continuidade ilusionista da imagem em perspectiva; do barateamento tanto da comunicação à distância quanto do acesso a fotografia; do

espírito de acumulação capitalista; do desejo imperialista de apropriação do espaço; do desenvolvimento dos transportes marítimo (navio) e terrestre (trem); da disseminação do turismo (lazer ao ar livre); e do próprio processo de mobilidade social na era da globalização (imigração e emigração).

Por fim, a paisagem fotográfica no postal apresenta-se como um importante dispositivo de produção do lugar. Em um tempo da popularização da produção fotográfica e da disseminação dos “instantâneos”, a imagem da paisagem no postal afirma-se como a projeção do olhar conservador e oficial sobre a cidade. A paisagem em foto é a tentativa de controle sobre a maneira de ver o espaço e o tempo, aquela que se sobrepõe, sorrateiramente, a tantas outras representações possíveis da cidade. A fotografia de paisagem torna-se então um ato de celebração ao progresso e à civilidade, não, simplesmente, o reflexo da cidade antiga.

### **Referência bibliográfica**

BERGER, John. **Modos de ver**. Rio de Janeiro : Rocco, 1999.

BERQUE, Augustin. **Cinq propositions pour une théorie du paysage**. Paris : Champ Vallon, 1994.

BORGES, Maria E. L. **História e fotografia**. Belo Horizonte : Autêntica, 2003.

CABRAL, Oswaldo R. **Nossa Senhora do Desterro**: 1: notícia. Florianópolis : Lunardelli, 1979.

CARVALHO, Vânia Carneiro de. A representação da natureza na pintura e na fotografia brasileiras do século XIX. In: FABRIS, Annateresa (org.). **Fotografia: usos e funções no século XIX**. São Paulo : EDUSP, 1998.

CERTEAU, Michel de. **A invenção do cotidiano**. 1. A arte de fazer. 6<sup>a</sup> ed. Petrópolis, RJ : Vozes, 1994.

CONAN, Michel. L'invention des identités perdues. In: BERQUE, Augustin. **Cinq propositions pour une théorie du paysage**. Paris : Champ Vallon, 1994.

COSTA, Heloise. Pictorialismo e imprensa: o caso da revista O Cruzeiro (1928-1932). In: FABRIS, Annateresa (org.). **Fotografia: usos e funções no século XIX**. São Paulo : EDUSP, 1998.

FABRIS, Annateresa. A imagem técnica: do fotográfico ao visual. In: FABRIS, A.; KERN, M. (orgs). **Imagem e conhecimento**. São Paulo : Ed. da USP, 2006.

- KOSSOY, Boris. O cartão-postal: entre a nostalgia e a memória. In: **Realidades e ficções na trama fotográfica**. 3ª ed. São Paulo : Ateliê Editorial, 2002.
- LE GOFF, Jacques. **História e memória**. 4ª ed. Campinas, SP : Ed. da UNICAMP, 1996.
- LEITE, Miriam M. **Retratos de família: leitura da fotografia histórica**. São Paulo : EDUSP, 2000.
- MENESES, Ulpiano T. Bezerra. Fontes visuais, cultura visual, História visual. Balanço provisório, propostas cautelares. In: **Revista Brasileira de História**. São Paulo, v. 23, n.45, pp.11-36, 2003.
- ROGER, Alain. **Court Traité du paysage**. Paris : Éditions Gallimard, 1997.
- ROUILLÉ, André. **A fotografia: entre documento e arte contemporânea**. São Paulo : Ed. Senac São Paulo, 2009.
- SCHAMA, Simon. **Paisagem e memória**. São Paulo : Companhia das Letras, 1996.
- SCHAPOCHNIK, Nelson. Cartões-postais, álbuns de família e ícones da intimidade. In: NOVAIS, Fernando (Org.). **História da vida privada no Brasil**. v.3. São Paulo: Companhia das Letras. 1998.
- SONTAG, Susan. **Sobre fotografia**. São Paulo : Companhia das Letras, 2004.
- TUAN, Yi-Fu. **Espaço e lugar: a perspectiva da experiência**. São Paulo : DIFEL, 1983.