



**Universidade de Brasília**

**CENTRO DE EXCELÊNCIA EM TURISMO**

**LETÍCIA HUBNER WESTPHAL**

**BRASÍLIA E OS CARTÕES-POSTAIS:**

**PERCEPÇÃO E FOTOGRAFIA**

**Brasília  
2017**

**UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA**  
**CENTRO DE EXCELÊNCIA EM TURISMO**

**BRASÍLIA E OS CARTÕES-POSTAIS:**  
**PERCEPÇÃO E FOTOGRAFIA**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Centro de Excelência em Turismo da Universidade de Brasília como requisito parcial à obtenção do título de Bacharel em Turismo.

Autora: Letícia Hubner Westphal

Orientadora: Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Ivany Câmara Neiva

**Brasília**  
**2017**

Hubner Westphal, Leticia  
HL648b Brasília e os cartões-postais: percepção e  
fotografia / Leticia Hubner Westphal; orientador  
Ivany Câmara Neiva. -- Brasília, 2017.  
59 p. il.

Monografia (Graduação - Turismo) -- Universidade  
de Brasília, 2017.

1. Cartão-postal. 2. Fotografia. 3. Olhar. 4.  
Brasília. 5. Turismo. I. Câmara Neiva, Ivany, orient.  
II. Título.

LETICIA HUBNER WESTPHAL

**BRASÍLIA E OS CARTÕES-POSTAIS:  
PERCEPÇÃO E FOTOGRAFIA**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado em 23 de junho de 2017

**BANCA EXAMINADORA**

Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Ivany Câmara Neiva (Orientadora – CET/UnB)

Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Iara Lucia Gomes Brasileiro (CET/UnB)

Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Karina Dias (IdA/UnB)

Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Lana Pires (CET/UnB) - suplente

## AGRADECIMENTOS

Agradeço, primeiramente, à minha mãe Marta Lúcia, que sempre se preocupou comigo e tanto me apoia no caminho que decido trilhar - seja ele qual for. Isso é a consubstanciação da palavra amor. Sua amizade é essencial para mim. Sou feliz porque tenho você em minha vida!

A meu amor, Diego, por sempre estar ao meu lado, se mostrando interessado por tudo relacionado a mim, me incentivando, me dando apoio. O ser incrível que você é me inspira. Obrigada pelo seu amor. Não conseguiria sem você.

A meu filho, Francisco, a melhor e mais espontânea parte de mim. Você me faz feliz, meu pequeno. Verdadeiramente feliz. Se não fosse por você, acho que ainda estaria perdida na vida.

A meus amigos de curso, muito obrigada pela companhia, pelo apoio e risadas em todo esse tempo. Fico muito alegre ao lembrar os muitos momentos que passei no Turismo: vocês estavam em todos eles!

A meus professores, obrigada por muitas vezes me ensinarem, me inspirarem, me apoiarem e, em alguns momentos, puxarem minha orelha.

E um agradecimento especial à minha orientadora Ivany que, como uma mãe e uma amiga, cuidou de mim com tanto carinho nesse caminhar. Nunca imaginei que fosse encontrar uma orientação que calhasse tanto com o que acredito e sinto sobre a vida. Você transforma a vida em alegria e arte. E transformou meu trabalho de conclusão de curso em algo leve e prazeroso, como a vida tem que ser. Obrigada, querida Iva!

Dedico este trabalho a meu filho, Francisco.

“Quem não compreende um olhar,  
tampouco compreenderá uma longa explicação”

(Mario Quintana)

## RESUMO

Este trabalho constitui-se no Trabalho de Conclusão de Curso do Bacharelado em Turismo realizado no Centro de Excelência em Turismo da Universidade de Brasília. Nele se pretende discutir a questão do *olhar*, no sentido de percepção, utilizando como objeto de estudo cartões-postais/fotografia e a maneira como a cidade de Brasília-DF é representada por esses meios. O objetivo, neste trabalho, é mostrar meu olhar sobre a cidade de Brasília para, assim, propiciar uma ressignificação da forma de se olhar os lugares da cidade. Na comparação feita, destaquei, dentro do meu olhar, a ocupação da cidade pela população de Brasília. Como resultado, cheguei na possibilidade de encarar o registro fotográfico de maneira diferenciada da convencional. Saliento que o cartão-postal convencional cumpre funções importantes na criação da identidade turística das localidades. O olhar proposto neste trabalho (o olhar diferenciado) complementa/adiciona possibilidades de visões sobre a cidade.

Palavras-chave: Cartão postal, fotografia, olhar, Brasília, turismo.

## ABSTRACT

*This work constitutes the Work of Completion of Course of the Bachelor in Tourism carried out in the Center of Excellence in Tourism of the University of Brasilia. It is intended to discuss the question of the look, in the sense of perception, using as object of study the postcards and the way the city of Brasília-DF is represented by this means. The objective, in this work, is to show my gaze on the city of Brasília in order to, thus, provide e a new meaning to the way of looking at places in the city. In the comparison made, I highlighted, within my eyes, the occupation of the city by the population of Brasília. As a result, I came to the possibility of facing the photographic record in a different way from the conventional one. I emphasize that the conventional postcard fulfills important functions in the creation of the tourist identity of the localities. The look proposed in this work (the differentiated look) complements / adds possibilities of visions about the city.*

*Key words: Postcard, photography, look, Brasilia, tourism.*

## LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 – Cartão-postal de Theodore Hook.....	13
Figura 2 – Foto de Marc Ferrez sobre o Rio de Janeiro.....	16
Figura 3 – Foto de Guilherme Gaensly sobre São Paulo.....	17
Figura 4 – Foto de Guilherme Gaensly sobre São Paulo.....	18
Figura 5 – Foto de Guilherme Gaensly sobre São Paulo.....	19
Figura 6 – Tira do livro “Os dias estão todos ocupados. As aventuras de Calvin e Haroldo” por Bill Waterson.....	23
Figura 7 – Cartão-postal do Congresso Nacional.....	34
Figura 8 – Cartão-postal do Congresso Nacional.....	34
Figura 9 – Outro olhar sobre o Congresso Nacional.....	35
Figura 10 – Outro olhar sobre o Congresso Nacional.....	36
Figura 11 – Cartão-postal do Palácio do Planalto.....	37
Figura 12 – Outro olhar sobre o Palácio do Planalto.....	38
Figura 13 – Cartão-postal do Museu da República.....	39
Figura 14 – Cartão-postal do Museu da República.....	39
Figura 15 – Outro olhar sobre o Museu da República.....	40
Figura 16 – Outro olhar sobre o Museu da República.....	40
Figura 17 – Outro olhar sobre o Museu da República.....	41
Figura 18 – Cartão-postal do Panteão.....	42
Figura 19 – Cartão-postal do Panteão.....	42
Figura 20 – Outro olhar sobre o Panteão.....	43
Figura 21 – Outro olhar sobre o Panteão.....	44
Figura 22 – Cartão-postal da Estátua da Justiça.....	45
Figura 23 – Outro olhar sobre a Estátua da Justiça.....	45
Figura 24 – Cartão-postal da Ponte JK.....	46
Figura 25 – Outro olhar sobre a Ponte JK.....	46
Figura 26 – Cartão-postal da Torre de TV.....	47
Figura 27 – Outro olhar sobre a Torre de TV.....	48
Figura 28 – Outro olhar sobre a Torre de TV.....	49
Figura 29 – Outro olhar sobre a Torre de TV.....	49
Figura 30 – Cartão-postal da Catedral.....	50
Figura 31 – Outro olhar sobre a Catedral.....	51
Figura 32 – Cartão-postal dos Ministérios.....	52
Figura 33 – Outro olhar sobre os Ministérios.....	52
Figura 34 – Outro olhar sobre os Ministérios.....	53

## SUMÁRIO

<b>Itens</b>	<b>Página</b>
Introdução	9
Desenvolvimento	
Metodologia, referenciais teóricos	9
Cartões-postais: trajetória	12
A trajetória dos postais no Brasil	15
Os postais hoje	19
A mensagem dos postais - realidade e ficção	21
A escolha do cartão-postal	25
O olhar	28
Brasília	31
Experimentando olhares diferentes	33
Considerações finais	54
Bibliografia	57

## INTRODUÇÃO

Este trabalho de conclusão de curso tem o título de “Brasília e os cartões-postais: percepção e fotografia” porque nele se realiza uma reflexão acerca das diferentes formas de percepção da realidade. Tem como objeto de estudo cartões-postais da cidade de Brasília como sendo indispensáveis na criação do imaginário de um turista sobre a cidade antes de conhecê-la, no momento em que a está vivenciando e no momento após a visita.

A justificativa de ser meu tema é, primeiramente, eu ser moradora de Brasília, e “olhadora” com olhares que nem sempre coincidem com o olhar oficial sobre a cidade. Acho primordial observar o *olhar* das pessoas e como difere tanto de uma pessoa para outra, trazendo à tona questões como pontos-de- vista, vistas de pontos e alteridade.

O objetivo, neste trabalho, é mostrar meu olhar, que está presente ou advém do olhar de outros fotógrafos também, sobre a cidade de Brasília, para, assim, propiciar uma mudança de significados de lugares da cidade e estudar como a Fotografia pode, de acordo com o ponto-de-vista do fotógrafo ou ao ser manipulada, expressar também o olhar do fotógrafo. Dentro dessas questões, pretendo realizar uma reflexão acerca de quais são os requisitos para a escolha dos cartões-postais de uma localidade e como se dá a vontade do turista de conhecer algumas regiões, suscitando, aí, uma reflexão acerca de imaginário e *marketing*.

## DESENVOLVIMENTO

### Metodologia, referenciais teóricos

Muitos poetas, escritores, artistas de variadas artes, pensadores e pesquisadores antigos e contemporâneos dedicaram-se ao tema. Considero oportuno lembrar suas descobertas.

Destaco, inicialmente, ideias sobre fenomenologia, porque em minha pesquisa considerarei o “eu” como ponto fundamental para o estudo do olhar.

Michael Inwood (1999, p. 67), em seu livro *Dicionário Heidegger*, diz que Husserl, considerado pai da fenomenologia, reivindica a suspensão da crença no mundo externo, nas ciências, matemáticas, até mesmo na lógica, e a concentração dessa crença em nosso próprio eu:

[...] 1. Unicamente o ego e seus estados podem fornecer as “fundações” certas e seguras para as ciências; 2. O ego e seus estados constituem um rico campo de investigação por mérito próprio. INWOOD, 1999, p.67.

O autor, ainda, expõe um exemplo didático feito por Husserl com relação ao que a fenomenologia explora:

Normalmente Husserl descreve a visão de uma mesa como ele imagina ou recorda. Isto é diferente de descrever a ‘recordação (ou imaginação)’ de o que é ver uma mesa – uma ‘estrutura transcendental’ mais complexa do que apenas ver uma mesa. A fenomenologia explora deste modo o ver, recordar, imaginar, etc.; artefatos, estes naturais, números, instituições culturais; meu próprio corpo e minha experiência das outras pessoas; a ideia de todo um mundo contendo regiões e objetos que nunca vi. O ego que realiza esta síntese está constantemente consciente de si mesmo como o mesmo ego que persiste através de suas multifacetadas experiências. (INWOOD, 1999, p.68).

Assim, esta pesquisa tem uma abordagem fenomenológica realizada com o registro fotográfico como parte primordial para uma reflexão tanto estética como filosófica sobre a fotografia, o olhar e, principalmente, a cidade como ponto principal da análise. Essa reflexão se dá por meio de uma análise comparativa entre cartões-postais oficiais de Brasília e um apanhado fotográfico pessoal da cidade de Brasília realizado por outros fotógrafos e por mim. Portanto, esta pesquisa tem caráter qualitativo.

Busquei apoio em Bernardes (1991, p. 20), quando diz que a fenomenologia utiliza dados de natureza qualitativa, permitindo compreender como os/as participantes vivem, percebem, pensam e sentem suas vivências.

Para Martins (1992, *apud* TERRA, 2017, p. 32),

o que se objetiva na pesquisa fenomenológica são os significados que os sujeitos atribuem à sua experiência vivida”, sendo esses significados revelados a partir das descrições realizadas por aqueles que viveram a experiência.

Neste trabalho, é realizada uma pesquisa qualitativa exploratória: buscam-se olhares semelhantes ao meu, em fotógrafos que veem Brasília de forma diferente daquelas exibidas em cartões-postais “oficiais”.

Por ser graduanda de Turismo, vou também considerar a relação desses fenômenos com o Turismo. Alexandre Panosso Netto posiciona o indivíduo como aquele que dá significado à atividade turística, sendo o Turismo algo que vai além da relação de consumo e mercado, onde é necessário considerar o sujeito, tempo e espaço. (NETTO, 2011, p. 15)

Nesse sentido, o turista por vezes é levado a criar, ou cria, um imaginário sobre determinada localidade e a construção desse imaginário se dá por meio de sua exposição a filmes, fotos, histórias e outros meios de comunicação e, também, à divulgação da localidade e recepção, pelo turista, de todas essas informações. A partir disso, há uma significação da atividade turística desse lugar, fato que acontece graças à criação de um imaginário com relação a ele, sendo esse imaginário determinante da relação entre turista e o lugar que irá visitar, “ver” – mesmo que seja a própria cidade em que vive.

A criação do imaginário e sua divulgação passam por questões mercadológicas atreladas ao turismo. Há um esforço de interesse mercadológico em construir o singular, em destacar produtos típicos, produzir identidades, criar imaginários para consumo do “outro”, o turista. Os destinos são tematizados, identificados, diferenciados, (re)imaginados para atrair turistas:

[...] ao longo do tempo, através dos anúncios e da mídia, as imagens geradas pelos diferentes olhares do turista passam a constituir um sistema de ilusões que se autoperpetua e proporciona a esse turista uma base para que ele selecione e avalie os lugares potenciais que visitará. (URRY, 1996, p. 23).

Dentro dessa problemática, são consideradas as ideias de olhar, de realidade, de imaginário e de cartão-postal, em suas relações com o Turismo.

A propósito do ato de considerar, nas fotos “não-oficiais”, não só lugares, mas também pessoas, três fatos eximem as fotos aqui expostas de terem a “autorização de uso de imagem” de quem fotografou ou foi fotografado: o de ser um trabalho acadêmico, que não vai ser comercializado; o de que as imagens estão exibidas em *sites* públicos, como as redes sociais Facebook e Instagram; o de ser, uma delas, fotografia de minha autoria.

A primeira ideia era procurar pessoas comuns que opinassem sobre cartões postais “oficiais” e sobre outros, feitos a partir de olhares diferentes do tradicional. As fotos “não-oficiais” seriam de minha autoria. No entanto, a partir de pedidos meus postados na rede social Facebook, e de pesquisas no Instagram, fui percebendo quantas fotos se aproximavam de meu olhar e quantos fotógrafos existem em Brasília. A decisão, então, foi colocar lado a lado cartões-postais “tradicionais” e outros, produzidos recentemente ou não<sup>1</sup>, mas que “vissem” Brasília a partir de outro olhar.

---

<sup>1</sup> Alguns fotógrafos dos séculos XIX e XX tinham também um “olhar” não oficial sobre os lugares e os acontecimentos. No caso de Brasília, inaugurada em 1960, esse fenômeno não é apenas recente. É importante lembrar que muitas imagens “não-oficiais” são feitas por artistas; são autorais.

Embora a disponibilidade de cartões-postais impressos haja diminuído, a profusão de imagens equivalentes na *internet* é grande. Realizei um levantamento documental em *sites* de *internet*, redes sociais, bancas de revistas, papelarias e acervos pessoais sobre a cidade de Brasília e encontrei muitas imagens, impressas ou não. Escolhi cartões que são considerados “postais” de Brasília – locais usualmente mostrados aos turistas, especialmente em *city-tours* pela cidade, que privilegiam “pontos turísticos” situados na Esplanada dos Ministérios, além da Torre de TV e da Ponte JK.

## **CARTÕES POSTAIS: TRAJETÓRIA**

O nome já diz: cartão-postal se destina a ser enviado por correio. Atualmente, cada vez mais é raro encontrar esse tipo de correspondência, ou mesmo encontrar cartões-postais à venda ou à distribuição. Ainda existem, sim, mas em quantidade menor e cada vez mais sendo substituídos por imagens na *internet*.

É importante lembrar que o cartão-postal possui uma função importante no registro da história da atividade turística.

Segundo Fernandes Junior (2002, p.17), o cartão-postal pode ser entendido como o início do processo de globalização por meio da imagem de um mundo que se internacionalizava pelo crescimento do comércio e dos fluxos migratórios. Ainda seguido de, o postal promoveu a democratização da imagem fotográfica, garantindo para as gerações futuras acesso a uma memória que poderia ter sido facilmente descartada [não só descartada, mas também substituída por outra]. (FERNANDES JUNIOR *apud* FRANCO, 2006, p.26).

É interessante analisar qual foi a função do mais antigo cartão-postal de que se tem notícia: a de ser uma brincadeira.

O mais antigo cartão-postal de que se tem notícia<sup>2</sup> foi enviado em 1840 pelo escritor londrino Theodore Hook para ele mesmo, em forma de brincadeira, para pregar uma peça aos carteiros, mandando um desenho ao invés do tradicional envelope.

---

<sup>2</sup> Em <http://www.guinnessworldrecords.com/world-records/oldest-picture-postcard>. Disponível em Guinnessworldrecords.com. Acesso em 28 de março de 2017.



**Figura 1** - Cartão-postal de Theodore Hook, em 1840.  
Fonte: Guinness World Records, BBC.

Porém<sup>3</sup>, a regulamentação do postal é de responsabilidade do austríaco Emmanuel Hermann, professor de economia na Academia Militar de Viena, que escreveu, em janeiro de 1869, um artigo que sugeria esse então novo meio de correspondência. Em 1º de outubro de 1869 a sugestão foi aceita e regulamentada pelas autoridades de seu país.

A regulamentação tinha um propósito principal: em meio à guerra austro-prussiana, para que pudesse haver comunicação entre parentes e amigos que moravam geograficamente longe, a única forma era dar acesso imediato de censores<sup>4</sup> às mensagens veiculadas, coisa que só o “descaramento” do cartão-postal conseguiria permitir. Desta forma, sem rasgar envelopes e aparentemente sem *invadir* as cartas, se sabia que tipo de informação estava transitando pelas fronteiras, numa época de censura, quando se acreditava que apenas uma informação poderia causar um grande dano político ao país.

Apesar de inicialmente não ter tido essa função, o cartão-postal, um cartão que continha gravuras pintadas e espaço para uma breve mensagem e endereço, acabou por

---

<sup>3</sup> Segundo a mesma fonte.

<sup>4</sup> Censor. s.m. [...]. Pessoa encarregada pelo governo de examinar as publicações, as peças teatrais, as exposições etc.. Em <https://www.dicio.com.br/censor>. Acesso em 28 de março de 2017.

democratizar a imagem (antes restrita a um público seletivo e nobre) e os meios de comunicação (visto que diz respeito a mensagens breves e objetivas)<sup>5</sup>.

Segundo Borges (2005, p. 59), um ano depois do surgimento da primeira máquina fotográfica da Kodak, em 1888, houve um consequente aumento de consumo e comercialização das imagens; surgiram os cartões-postais ilustrados a partir de fotografias.

Castro (2002, p. 121) entende que o recurso técnico da fotografia, desde o final do século XIX, deslocou a paisagem como cenário dos limites das telas das obras de arte e de um público seletivo e aristocrático para a realidade da multiplicação das imagens em papel, disponíveis para um público muito mais amplo e diverso. Lembra ainda que nas últimas décadas do século XX, os meios de comunicação de massa multiplicaram ao infinito as possibilidades de se reproduzir e reprocessar imagens de paisagens e propagaram um comportamento de contemplação estética (CASTRO *apud* FRANCO, 2006, p.26).

Com a industrialização e evolução tecnológica dos meios de comunicação, o postal acaba por perder sua função informativa e se torna um instrumento de contemplação estética, social e, principalmente, turística. Começa-se a divulgar imagens que exibiam “o que se queria mostrar” - uma dedicação à criação e comercialização de panoramas com cenas da vida urbana e rural, monumentos históricos que indicavam urbanização e modernização de lugares que iam se tornando objetos de desejo de viagens a lazer das pessoas.

Borges (2005, p.60), reafirma uma parte importante desse esquema ao dizer:

Consumindo os ícones que as representavam, o turista, que durante suas viagens interrompia a mesmice de seu cotidiano, queria mostrar a seus parentes e amigos que também ele participava do avanço da civilização, simbolizada nos cartões-postais, por um mundo ordenado por signos já identificados com as noções de belo, prazer e avanço, sobretudo tecnológico.

BORGES *apud* SOUZA e ANGELO, 2008, p. 163.

---

<sup>5</sup> Observa-se que, em oposição a essa postura teórica, na prática muitas vezes o cartão-postal funcionava como carta: escrevia-se por cima das imagens, *invadindo* espaços. Mais importante que a imagem eram o tema, o local e o meio de comunicação.

Já José Carlos Daltozo (2006, s/p) diz:

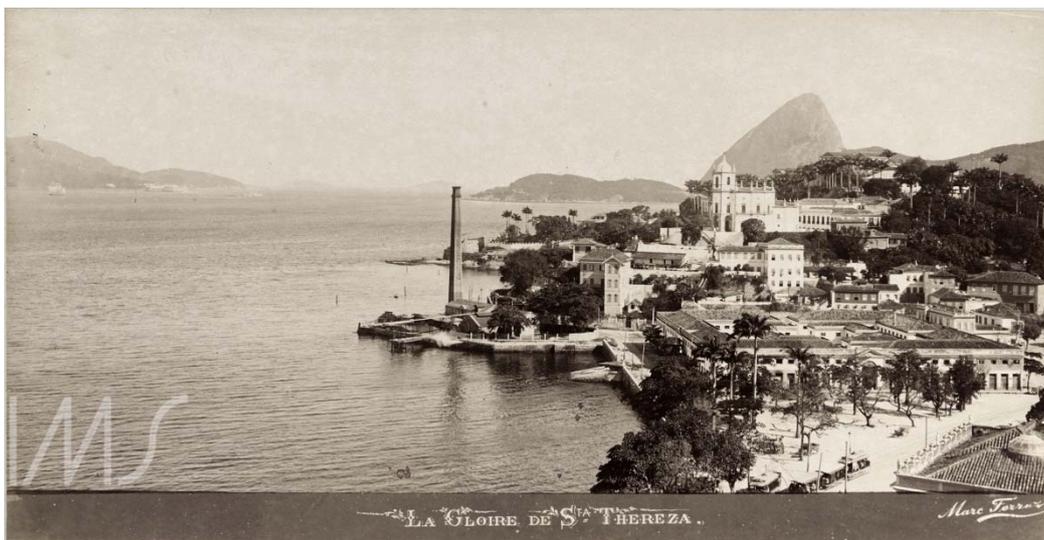
Postais e viagens, dois companheiros inseparáveis. Conheço pessoas que não colecionam postais, mas compram vários, nas cidades que visitam, para guardar junto aos álbuns de fotos. Ou seja, ele volta com centenas de fotografias das viagens, mas também compra postais, principalmente de vistas aéreas, para melhor situar onde esteve, para visualizar melhor os locais por onde passou, para mostrar aos amigos e familiares com riqueza tudo o que viu.

A partir dessas reflexões percebe-se a força da relação turismo-cidade-cartão-postal e como um pode influenciar o outro.

## **A TRAJETÓRIA DOS POSTAIS NO BRASIL**

O advento da fotografia no Brasil se deu quase concomitantemente ao advento dos cartões-postais. Ocorreu durante a passagem do século XIX para o XX, período da Revolução Industrial. Houve interesse por meio das autoridades locais na representação do desenvolvimento das cidades no Brasil para o exterior. Poucos eram os fotógrafos que tinham o conhecimento das então novas tecnologias de representação fotográfica da época. Guilherme Gaensly, Marc Ferrez e Rodolpho Lindermann são considerados grandes nomes da fotografia do Brasil na época.

O início da carreira profissional de Ferrez acontece num período marcado internacionalmente por acelerado processo de mudança de escala tecnológica, simbolizado pelas máquinas a vapor. Tais motores impulsionavam a instalação de fábricas e incrementavam significativamente o número de ferrovias, locomotivas e navios, alguns dos quais transportaram as primeiras fotografias brasileiras à celebrados centros expositivos europeus. Na IV Exposição Universal de Paris, realizada em 1867, a fotografia apresentou-se como o grande testemunho da mudança do contorno urbano brasileiro. Nessa que foi sua segunda participação oficial em exposições desse porte, o Brasil exibiu construções ferroviárias já realizadas e planejadas, trabalhos de exploração de recursos e a natureza ainda intocada no entorno dessas obras. Mostrou as novas formas de transporte público, tratamento de esgoto e uso de energia. Na ocasião, o governo distribuiu uma publicação em diversas línguas que apresentava o Império, informando o público europeu sobre aspectos do país. (BURGI e KOHL, 2005, p.58)



**Figura 2** – Fotografia de Marc Ferrez sobre o Rio de Janeiro.  
Fonte: Fonte: Brasileira Fotográfica.

Dentro desse contexto, houve o Decreto 7.695, de 28 de abril de 1880, que regulava a circulação dos pioneiros postais no Brasil como forma de correspondência e assegurava o monopólio de sua impressão ao Estado. Isso já pressupõe quem fazia a escolha e controle das primeiras imagens do Brasil a serem divulgadas e veiculadas.

Com o Estado regulando a divulgação das imagens do Brasil, a construção nacional da fotografia brasileira teve espelho europeu. Os grandes centros urbanos da época, como São Paulo e Rio de Janeiro, começavam a se modernizar estruturalmente – e isso, de acordo com os *divulgadores oficiais de imagens*, precisava ser mostrado interna e externamente.

Segundo Boris Kossoy, em 2016, em seu livro “Realidades e Ficções na Trama Fotográfica”, Guilherme Gaensly (1843-1928), suíço de nascimento que viveu no Brasil desde criança, pode ser considerado o grande nome dos primeiros postais brasileiros. Dentro de um mercado praticamente inexplorado, Gaensly foi o responsável pela grande maioria das vistas da cidade de São Paulo no século XIX e XX. As imagens de Gaensly foram muito utilizadas pelas primeiras publicações ilustradas, com o intuito de divulgar no plano internacional a imagem de uma São Paulo *civilizada*, assim como outras cidades brasileiras (queria se mostrar um *Brasil civilizado*).

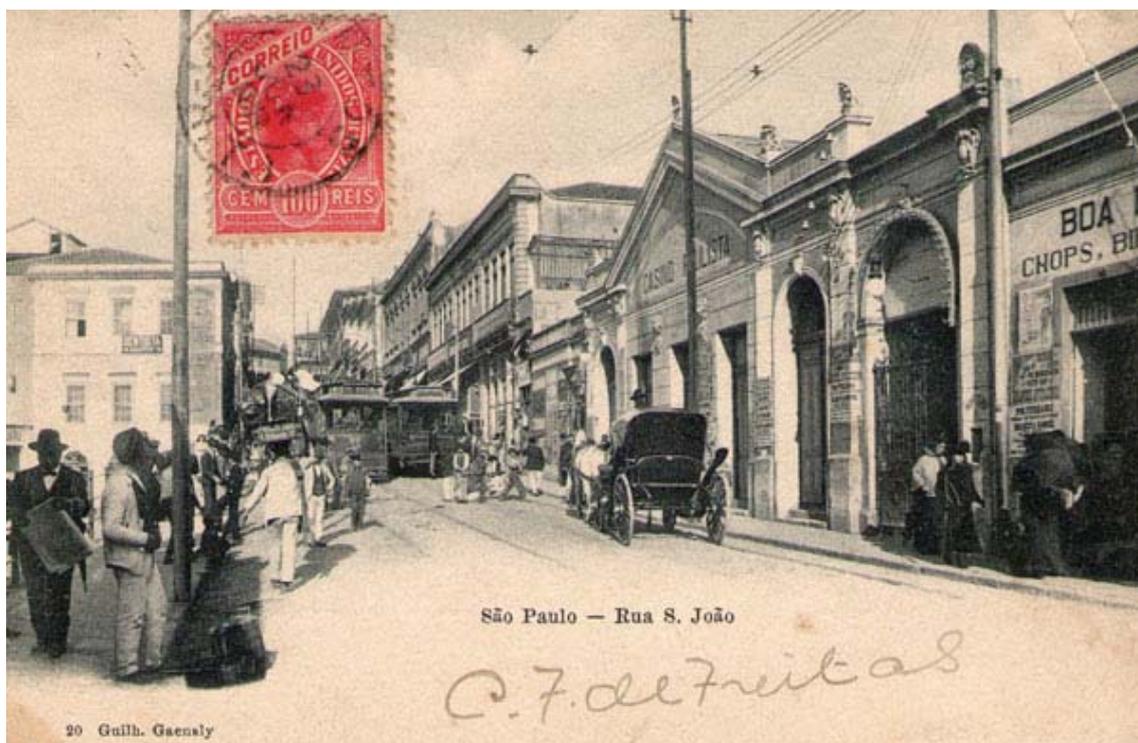
Kossoy afirma que Gaensly fazia um recorte da cidade de São Paulo da época excluindo imagens de bairros operários e suas moradias e reproduzindo somente as imagens de interesse do Estado. Neste caso há a privação de uma documentação visual

importante para o estudo da vida de grande parte da população. O real acaba sendo suprimido pelo idealizado e os cartões-postais que, em tese, deveriam mostrar o que a cidade é (segundo o olhar mais “democrático”), mostram apenas o que a cidade é para o interesse das classes mais abastadas: uma imagem oficial da cidade.

Borges (2005, p.60) diz que à medida que a moda dos postais ia se alastrando, as cidades, lócus por excelência do exercício e das práticas civilizadoras, iam sendo construídas em versões higienizadas, oficiais e modernas do espaço público.



**Figura 3** – Fotografia de Guilherme Gaensly sobre São Paulo  
Fonte: Revista Villa Mariana



**Figura 4** – Fotografia de Guilherme Gaensly sobre São Paulo  
Fonte: Revista Villa Mariana

Além disso, as cidades vão se renovando arquitetonicamente e o que elas eram no passado acaba sendo perdido. Há, assim, um *buraco* no que poderia ser a memória da arquitetura e, conseqüentemente, da cultura. Essa falta de imagens, ou presença de imagens manipuladas, dificulta que se façam estudos históricos e sociológicos mais completos do que foi a cidade:

Desta aventura dos homens restam as fotografias de Guilherme Gaensly, aplicadas em publicações diversas que incluem cartões-postais. Estes [cartões], como o de outros fotógrafos e ilustradores, sejam do Brasil, sejam de qualquer parte, preservam em sua estética uma dupla memória: a iconográfica propriamente dita e a mensagem escrita de afeição e saudade [...]. Fragmentos da memória do cotidiano de outrora nostalgicamente perdidos, vagando sem destino em sua trajetória documental... além da vida.  
(Kossoy, 2012, p. 68)



**Figura 5** – Fotografia de Guilherme Gaensly sobre São Paulo  
Fonte: Acervo Sampa Histórica

O período de ouro dos cartões-postais, de acordo com Franco (FRANCO, 2006, p. 34) vai de 1890 a 1940. Segundo a autora, esse é também um período extremamente importante na formação da indústria do turismo, dos hábitos e comportamentos do turista e dos destinos enquanto locais de visitação e *tours*.

## OS POSTAIS HOJE

O cartão-postal possui uma *léxis*, ou seja, uma gramática incorporada a seu significado particular.

Por *léxis* entenda-se aquela série de regras criadas no bojo de uma cultura, que nos dão códigos para o entendimento de uma determinada escrita, seja ela vocabular, seja visual. (GASTAL, 2005, p. 51)

Ao olhar um postal se sabe que ele possui normalmente o propósito de mostrar uma paisagem de um lugar em que, geralmente, o remetente estava, deixando espaço,

no verso, para uma pequena mensagem<sup>6</sup>. As fotografias contidas nos postais possuem características de documentação de fatos ou lugares que existiram/existem, mesmo que as imagens sejam manipuladas.

É importante que se faça uma análise da utilização dos postais na atualidade, ano de 2017. Os postais deixam de ser utilizados com o mesmo propósito de antigamente. Há a ascendência e consolidação da *internet* como um meio de comunicação em aliança com a fotografia e toda a potencialidade instantânea, tanto estética como informacional, que ela contém. Desta forma, a imagem concreta e palpável dá lugar a uma imagem efêmera por trás de uma tela. Susana Gastal, em seu livro “Turismo, Imagens e Imaginários”, diz que “vivemos sob a *civilização da imagem*”. (GASTAL, 2005. p.22)

De algum tempo para cá, tem ficado raro encontrar cartões-postais impressos, mesmo em pontos de destino turístico. Avançam as imagens virtuais, no *instagram*, no *facebook*, no *whatsapp*, nos *e-books*, nas redes sociais, nos *folders* de divulgação turística. O postal impresso, nos dias de hoje, mais do que meio de comunicação em que se escrevia, pode ainda ser adquirido e enviado, ou guardado como lembrança; para alguns de nós, mantém uma proposta poética, visto que tem um romantismo incomparável à frieza da tecnologia. Além de ser palpável e da sua possibilidade de perdurar com o passar do tempo, o ato de postar a correspondência é visto ainda, por muitas pessoas, como uma forma de demonstração de afeto. Há, ainda, pessoas que preferem guardar para si as imagens impressas em papel, tanto para colecionar imagens de lugares em que estiveram como para perceber as mudanças no cenário das localidades, como também para guardar lembranças entregues pelos carteiros, ou acompanhar viagens de amigos, ou para fins de colecionismo.

José Carlos Daltozo em seu livro “Cartão-postal: arte e magia” cita a colecionadora Yolanda Roberto sobre o começo do colecionismo de postais até os dias de hoje, exaltando a importância da cartofilia:

A colecionadora Yolanda Roberto, uma das fundadoras da Associação de Cartofilia do Rio de Janeiro, ao realizar a exposição “Os Anos Dourados do Cartão-Postal” em 1988, no Rio de Janeiro, escreveu que “Os anos dourados do cartão-postal evocam o apogeu de uma época em que o seu colecionamento, apaixonante hobby tornou-se a ocupação predileta de milhões de pessoas no mundo inteiro. E foi, certamente, o maior veículo de comunicação interpessoal nas primeiras décadas do século 20. [...] Os inventos, a sátira política, os transportes ferroviários e marítimos, a aviação, moda, as artes, a

---

<sup>6</sup> Ver nota 5

religião, o amor, os pequenos ofícios... todo o cotidiano do início do século 20 foi fixado nestes pequenos retângulos, quer em ilustrações, quer fotograficamente. [...] Hoje a Cartofilia ocupa o segundo lugar na Europa e nos Estados Unidos como forma de colecionismo, atrás apenas da Filatelia”<sup>7</sup>. (ROBERTO, Y. *apud* DALTOZO, J.C., 2000. p.54)

Tal colecionismo é compreensível no sentido de o que o postal carrega consigo uma carga afetiva muito maior do que as fotografias comuns de paisagens turísticas. Quando se envia um postal, “se dá a cara à tapa”: se escolhe a imagem que será enviada, se escreve a mensagem, se seleciona a mensagem para que esta caiba no espaço que lhe é destinado<sup>8</sup>, se vai ao correio para enviá-la e não se pode ter pressa para que as notícias cheguem ao destinatário. Quem o recebe muitas vezes está abrindo sua caixa de correspondência (pois ainda existem caixas de correspondência – não são apenas *sites* virtuais!) e é surpreendido pelo papel cartão: cartão que passou pelas mãos do remetente e de outras pessoas – que também podiam lê-lo – para chegar até o seu destino, foi selado, carimbado e possui até “cheiro de outro lugar”.

Monsenhor Jamil Nassif Abib, outro grande colecionador de postais antigos, no site da ACARJ na internet menciona que “na multiplicidade dos temas, os cartões-postais vão representando o raro, o trivial, o pitoresco, o folclórico, o bizarro a respeito de tudo e, com isso, abrem portas e desafiam o tempo e a imaginação dos colecionadores. O cartão-postal é o reflexo da realidade, a vitrine do imaginário, a resposta ao desejo de contato ou de conservar o traço de uma lembrança. Ele tem a força de abolir distâncias e restituir identidades (quase) perdidas”. (DALTOZO, 2006, p. 55.)

## **A MENSAGEM DOS POSTAIS - REALIDADE E FICÇÃO**

A imagem fotográfica é antes de tudo uma representação a partir do real e, por causa disso, muitas vezes se atribui uma credibilidade ao documento fotográfico como espelho fiel dos fatos da história cotidiana:

Em função da materialidade do registro, no qual se tem gravado o vestígio/aparência de algo que se passou na realidade concreta, em dado espaço e tempo, nós a tomamos [a fotografia] como um documento do real, uma fonte histórica. (KOSSOY, 2016, p.32.)

As fotografias contidas nos postais possuem essa credibilidade visto que muitas vezes documentam fatos ou lugares que existiram/existem. Nesse contexto, o que há em

---

<sup>7</sup> Filatelia: Ciência, estudo e coleção metódica dos selos do correio. Disponível em: <<https://dicionariodoaurelio.com/filatelia>>. Acesso em: 02 maio de 2017.

<sup>8</sup> Novamente, ver nota 5.

profusão é a imagem oficial das cidades, isto é, a imagem criada e divulgada por uma agência produtora específica que, como visto no trabalho, inicialmente era o Estado. Sendo assim, postais, em geral, possuem característica documental. Essa característica de documentação dá ainda mais credibilidade ao registro fotográfico como sendo espelho da realidade.

Amanda Nunes, estudante do curso de Turismo da Universidade de Brasília, em seu trabalho de conclusão de curso, apoiada em Kossoy, discute a questão das fotografias documentais e não-documentais, fazendo um importante levantamento acerca das fotografias documentais:

A partir das caracterizações de fotografias documentais e não documentais é possível perceber outra discussão que parte da relação criada pelas pessoas entre a fotografia e o juízo de valor *verdade* - muitas vezes a fotografia documental é tida como prova documental da *verdade*, outra forma de dizer seria uma prova da *realidade*, da existência de algo. (NUNES, 2016, p.15.)

Porém, a fotografia - documental ou não - não pode ser considerada somente uma representação objetiva de algo: ela leva consigo o olhar e a intenção de seu autor. Por isso as imagens contidas em cartões-postais não são uma documentação puramente histórica das paisagens turísticas das regiões, pelo fato de elas sempre serem um recorte de um espaço congelado da história.

Susana Gastal, em seu livro “Turismo, Imagens e Imaginários”, diz que:

Outra face da mesma preocupação com as imagens dos locais turísticos, o material de divulgação das localidades estará recheado de fotos. Folheteria, pôsteres, reportagens em jornais e revistas, *websites*, todos priorizarão mais as fotos que os textos. Essa circunstância torna muito importante, então, que os profissionais sejam extremamente atentos e conscientes de suas decisões visuais, começando por um princípio importante: a fotografia não é uma cópia fiel do mundo, trata-se, antes, de uma leitura muito particular de alguém e de um *recorte* do mundo. (GASTAL, 2005, p.36.)

Kossoy diz que a imagem fotográfica contém em si o registro de um dado fragmento selecionado do real: o *assunto (recorte espacial)* congelado num determinado momento de sua ocorrência (*interrupção temporal*). “Em toda fotografia há um *recorte espacial* e uma *interrupção temporal*, fato que ocorre no instante (ato) do registro.” (KOSSOY, 1999, p.32)

Desta forma, a representação da realidade contida na fotografia não se dissocia do ato criativo do fotógrafo, que leva em consideração fatores como sua finalidade ou intencionalidade para realizar a foto e a cultura ou ideologia e em que está inserido,

correspondendo, assim, apenas ao *registro relevante da aparência*. De acordo com Kossoy, os componentes de ordem imaterial no processo de construção de uma fotografia são:

- 1) Filtros individuais do fotógrafo: psicológicos, sociais e ideológicos;
- 2) Repertório pessoal do fotógrafo: sua bagagem artística, habilidade técnica e experiência;
- 3) Motivação pessoal e profissional do fotógrafo pelo tema: a intencionalidade/finalidade da fotografia.



**Figura 6** – Tira do livro “Os dias estão todos ocupados.”

Fonte: Bill Waterson . Os dias estão todos ocupados. As aventuras de Calvin e Haroldo. Kansas: Andrews McMeel Publishing, 1993.

No caso do postal, pode-se concluir que muitos fotógrafos possuem uma intenção quando realizam um postal comum: a criação da iconografia de um destino para que este possa ser divulgado. Além de funcionar como instrumento de promoção e correspondência, muitos postais também possuem função de entretenimento e expressão artística. O que objetivo com esse argumento é que a criação de uma iconografia turística de uma região não é sempre a principal intenção dos fotógrafos ao realizar um postal.

Segundo Boyer (2002, p. 25), estudioso francês dos cartões-postais como indicadores turísticos, tanto os cartões-postais expedidos quanto mostrados, adquiridos ou colecionados têm um papel importante na formação da iconografia<sup>9</sup> do turismo. Os cartões-postais, as fotos e os filmes produzidos por turistas sobre os lugares visitados (após sua exposição aos formadores de seu olhar) são também importantes na exposição

<sup>9</sup> Iconografia: (do grego "Eykon"): imagem, e "graphia", descrição, escrita. Disponível em <https://dicionariodoaurelio.com/iconografia>. Acesso em 10 de abril de 2017.

de imagens que, ao longo do tempo, vão constituindo e consolidando a imagem turística de um lugar.

Em suma, pode-se concluir que o postal se configura como um instrumento de consolidação do imaginário turístico com relação a uma localidade. Porém o processo de construção da fotografia do postal passa por três principais tipos de modificação de sua essência original:

- 1) Inicia-se pelo fotógrafo que elabora a foto, tendo ele uma intenção ao realizá-la e um ponto-de-vista próprio;
- 2) Passa pela edição, sendo ela o uso de edições e técnicas a partir das quais determinados aspectos são suprimidos e exaltados, entre outras alterações;
- 3) Passa pela interpretação de quem a lê, sendo cada leitura passível de diferentes interpretações.

Por isso, considero também importante a reflexão sobre o olhar como perspectiva e realidade de cada pessoa. O processo de construção da imagem fotográfica dita documental na verdade é a realidade de uma representação pessoal e sempre a será – pois cada pessoa é única.

Disse Samain:

A fantasia mental desloca o real em conformidade com a visão de mundo do autor da representação e do observador que a interpreta segundo seu repertório cultural particular: o que é real para uns é pura ficção para outros. A ficção pode então substituir o real, tendo o documento fotográfico como prova ‘convicente’, como constatação definitiva de legitimação de todo um ideário: a mensagem simbólica, emblemática de um real a ser alcançado, cobiçado ou destruído. *As imagens técnicas tornam as imagens mentais reais.* (SAMAIN, 1998, p. 47.)

Não só a construção como a interpretação dessas imagens desliza entre realidade e ficção. Trata-se de *processos de construção de realidades*. De acordo com Kossoy, há duas realidades no processo de construção de uma imagem: a primeira realidade diz respeito à realidade passada, sendo ela fixa imutável e irreversível, diz respeito a um passado que é inacessível; a segunda realidade refere-se à realidade da fotografia, sendo ela moldável em sua produção e fluida em sua percepção, plena de verdades explícitas e

segredos implícitos, *documental*, *porém imaginária*. A realidade assim como a ficção tem múltiplas facetas e infinitas imagens.

## A ESCOLHA DO CARTÃO-POSTAL

O processo de percepção da imagem turística de uma localidade se dá por meio de um estudo acerca do imaginário que o morador e o turista têm de uma localidade e do *marketing* mercadológico que se pode fazer dela. Muitas vezes fica evidente a questão sobre qual dos dois (o imaginário ou o *marketing*) vem primeiro na escolha da iconografia turística de um destino. Inicialmente é interessante que se faça uma definição desses dois conceitos.

O imaginário, de acordo com o dicionário Aurélio, significa “que só pela imaginação se pode alcançar”<sup>10</sup>. Pode, assim, ser considerado como capacidade de criação humana pela imaginação.

É no imaginário que encontramos, por exemplo, os mitos e arquétipos, e por isso ele pode ser entendido como uma criação humana coletiva. É certo que há uma participação individual na construção do imaginário, porém é social por excelência, visto que estabelece um vínculo entre pessoas.

Michel Maffesoli, pensador francês do cotidiano, em uma entrevista concedida na cidade de Paris, na França, para a *Revista Famecos* no ano de 2002, define o imaginário como algo coletivo que está relacionado intrinsecamente com a cultura:

O imaginário, para mim, é essa *aura*, e da ordem da *aura*. Algo que envolve e ultrapassa a obra. [...] nada se pode compreender da cultura caso não se aceite que existe uma espécie de ‘algo mais’, uma ultrapassagem, uma superação da cultura. Esse algo mais é que se tenta captar por meio da noção de imaginário. (MAFFESOLI, M., 2002, p.75.)

Para Pino, o imaginário – enquanto poder criador desenvolvido pela humanidade no decorrer da história – deve apresentar-se em cada um dos homens como processo subjetivo que antecede os seus atos de criação, de efetivação no plano do real ou do simbólico daquilo que havia sido produzido no campo do imaginário. Nessa direção, o campo do imaginário é um campo da subjetividade restrita, “ao qual só o sujeito tem

---

<sup>10</sup> Dicionário Aurélio *on-line*. Disponível em <https://dicionariodoaurelio.com/imaginario>. Acesso em 11.04.2017.

acesso antes que seus conteúdos se tornem expressões objetivas da subjetividade”. (PINO, 2006, p. 54).

No caso do turismo, o imaginário do turista sobre um local é construído ao longo de sua exposição a filmes, fotos, histórias e outros meios de comunicação. A propósito, Michel Onfray, em seu livro *Teoria da Viagem*, diz:

[...] cada um dispõe de uma mitologia antiga fabricada com leituras de infância, filmes, fotos, imagens escolares memorizadas a partir de um mapa-mundi, num dia melancólico ao fundo da classe. Depois se passa ao ato para realizar o sonho antes de morrer [...] Sonhar uma destinação é obedecer à ordem que pronuncia, dentro de nós, uma voz estrangeira. (ONFRAY, 1959, p.21)

As construções do imaginário passam a ser feitas por agentes sociais, que planejam a atividade turística, como atrativos turísticos dos destinos. Tais imaginários (MAFFESOLI, 2002, p. 80) são fabricados com o auxílio dos meios de comunicação e elementos disseminados nestes.

Quanto à ideia de *marketing*, que já aqui aparece (na divulgação de imagens para possíveis turistas), uma definição conhecida é a de Kotler, reproduzida pelo Ministério do Turismo (em “*Marketing* de destinos turísticos”). De acordo com Kotler, *marketing* é o “conjunto de técnicas utilizadas para identificar e satisfazer as necessidades e desejos do consumidor através de um processo comercial de compra e venda (troca)”.

[...] para o *marketing*, a imagem é algo que deve ser administrado: a Administração Estratégica de Imagem (AEI) é o processo constante de procurar a imagem de um local entre seu público, segmentar e visar sua imagem específica e seu público demográfico, posicionando os benefícios do local para apoiar uma imagem existente ou criar uma nova (imagem) e transmitir esses benefícios para o público-alvo. (GASTAL, 2005, p. 54)

A partir dessas definições, pode-se inferir que o *marketing* deve identificar as necessidades dos consumidores para, assim, criar o produto que os satisfaça. A procura da imagem de um local para apoiar uma imagem existente ou criar uma nova pressupõe um estudo acerca do imaginário coletivo das pessoas.

Michel Maffesoli, na mesma entrevista concedida para a *Revista Famecos*, fala sobre a cidade de Paris e reforça a questão de que o imaginário produz a imagem (no caso, divulgada em ações de *marketing*):

Não é a imagem que produz o imaginário, mas o contrário. A existência de um imaginário determina a existência de um conjunto de imagens. A imagem não é suporte, mas resultado. Refiro-me a todo

tipo de imagem: cinematográficas, pictóricas, esculturais, tecnológicas e por aí afora. Há um imaginário parisiense que gera uma forma particular de pensar a arquitetura, os jardins públicos, a decoração das casas, a arrumação dos restaurantes, etc. O imaginário de Paris faz Paris ser o que é. Isso é uma construção histórica, mas também o resultado de uma atmosfera e, por isso mesmo, uma aura que continua a produzir novas imagens. (MAFFESOLI, M. Famecos, 2002. p.76.)

O imaginário parisiense gera uma forma de pensar Paris. Dessa forma, gera, também, a forma de se divulgar Paris, ou a forma de se fazer o *marketing* da cidade. A Paris romântica e com uma bela iluminação se torna um dos destinos mais visitados do mundo. Já a Paris das ruas sujas com os dejetos dos animais de estimação e dos moradores grosseiros com turistas desaparece da construção de um imaginário construído pelos agentes que promovem o destino.

É difícil a tarefa dos marqueteiros pelo fato de ser muito complexo captar o imaginário coletivo para, assim, criar uma iconografia que faça sentido neste aspecto. É necessário transformar o imaginário em objeto de estudo para captar qual seria este imaginário coletivo, que engloba a cultura e identidade de um povo. A complexidade desse estudo reside no fato de o imaginário ter um significado oculto e muito subjetivo que requer sensibilidade para ser desvendado.

E, a respeito disso, como se dá o processo de percepção da iconografia do turismo de uma localidade? Por que determinadas imagens são escolhidas para a formação desta iconografia e outras não?

Segundo Boyer (2002, p.25), o processo de percepção da imagem turística de um lugar é dirigido por seleções de imagens que reúnam as seguintes características:

- Imagem cognitiva: o nome do lugar é conhecido, lembrado e percebido como turístico;
- Imagem idealizada: o lugar provoca lembranças positivas, o desejo de conhecer ou retornar por parte de turistas reais e potenciais;
- Imagem reconhecida: o turista não aspira a visitar lugares absolutamente desconhecidos, seu desejo é o da redescoberta, da verificação e não da exploração. Assim o desejo de visitar ou revisitar é despertado pela referência que se tem do lugar;

- Imagem consensual: a população local e os visitantes tendem a compartilhar a percepção de que o lugar é digno de ser visitado e conhecido;
- Imagem consagrada: a repetição de opiniões, a classificação em guias turísticos e a abundância de informações estimulam a escolha do destino e posicionam na memória do possível consumidor.

Em suma, pode-se compreender que esse processo de percepção corresponde ao que satisfaz gostos específicos e perdura como identidade de um local com o passar do tempo. Esse gosto provém de um inconsciente formado pela cultura e tradição de cada povo.

## O OLHAR

O livro “As Cidades Invisíveis”, de Ítalo Calvino, conta a história do encontro entre o viajante veneziano Marco Polo e o imperador mongol Kublai Khan. Nele, Polo tem o dever de descrever minuciosamente ao imperador as incontáveis cidades conquistadas por Khan. Khan se mostra fascinado pelas descrições de Polo e os dois realizam diálogos existencialistas em torno de temas como cidade, desejo, morte, memória e olhar. No livro, o imperador possuía vários Atlas com informações e desenhos minuciosos de todas as cidades conquistadas e a descrição do viajante que quisesse, porém se mostrava interessado unicamente pela descrição do viajante Marco Polo. O que fica claro no livro é a fascinação de Khan pelo *olhar* de Polo, que ao descrever cada cidade faz Khan manter a essência subjetiva delas, as reconfigurando espacialmente em sua imaginação. Percebe-se, ao fim do livro, que tais cidades só existiam mesmo no imaginário dos dois e que a interpretação deles com relação a elas era completamente diferente. Faz-se alusão à questão do *olhar* e à sua subjetividade tão intrínseca.

Para cada cidade que Marco lhe descrevia, a mente do Grande Khan partia por conta própria, e, desmontando-a pedaço por pedaço, ele a reconstruía de outra maneira, substituindo ingredientes, deslocando-os, invertendo-os. (CALVINO, 1990, p. 43.)

Esse olhar, no sentido de perspectiva, postura, interpretação, percepção, necessita atenção especial – é um compromisso. O olhar a que me refiro é um olhar preocupado com o propósito de perceber, sentir o que acontece com o mundo a sua volta. Esse olhar é algo intrínseco do eu, ou seja, constitui a essência do eu. Como no livro de Calvino, esse olhar pode até ser um olhar interessado em aprender pelo olhar do outro, como era o caso do imperador Kublai Khan com relação a Marco Polo, porém sempre irá diferir de pessoa para pessoa, exatamente pelo fato de o olhar ser indissociável do “eu” e o “eu” ser *sempre* diferente de um outro.

Tanto o olhar de Kublai Khan como o olhar de Marco Polo são interpretações e também *realidades*. A realidade engloba a questão do olhar, exatamente pelo fato de a realidade ser única para cada pessoa.

Quanto a “realidade” entende-se aqui que não existe apenas uma realidade, mas sim realidades diversas. Pois “existem diferentes maneiras de se apreender - aquilo que se vê e em cada uma dessas maneiras reside uma realidade” (DUARTE JUNIOR, 2004, p. 11).

Os fatores que apontam para a subjetividade de percepção e, conseqüentemente, de realidade de uma pessoa para outra são diversos e variáveis. Esses podem ser o meio em que a pessoa nasceu, a cultura em que está inserida, os gostos particulares, sua concepção estética, entre outros.

Concluindo: a questão da realidade (e da verdade) passa pela compreensão das diferentes maneiras de o homem se relacionar com o mundo. Ciência, filosofia, arte e religião são quatro formas marcantes e especiais de esse relacionamento se dar. (DUARTE JUNIOR, 2004, p. 15)

A respeito disso, pode-se entender que não há uma realidade que pode ser considerada verdade absoluta. No caso de Khan e Polo, percebem-se duas realidades distintas. Uma realidade não anula a outra: ambas se complementam, sendo frutíferas para a criação do imaginário acerca das cidades no livro.

O antropólogo Carlos Rodrigues Brandão resume a relação com o diferente:

O diferente é o outro, e o reconhecimento da diferença é a consciência da alteridade, isto é, a descoberta do sentimento que se arma dos símbolos da cultura para dizer que nem tudo é o que eu sou e nem todos são como eu sou. (BRANDÃO, 1986, p. 7.)

Além da variação da realidade e, conseqüentemente, do *olhar* de uma pessoa para outra, pode-se ir ainda mais fundo nessa questão, discutindo-se até a diferenciação que há no olhar de uma mesma pessoa. “Olho Mágico, Uma nova maneira de ver o mundo” e “Olho Mágico II, Um convite à magia da terceira dimensão”, de N. E. Thing Enterprises são livros que contêm imagens tridimensionais que dispensam o uso de óculos especiais. Essas imagens se apresentam como padrões que não contêm outra informação além de cor ou formas; porém, investindo-se bastante atenção e paciência a elas, convergindo ou divergindo o olhar e olhando ora mais de perto, ora mais de longe as imagens, podem-se perceber outras imagens completamente diferentes agregadas a elas, fato que só é possível graças à percepção tridimensional que possuímos.

Como outras experiências mágicas, ela [a do Olho Mágico] em pouco tempo conquistou os que já haviam ‘apagado a lanterna do olhar’. Portanto, prepare-se. Depois de descobrir e dominar o OLHO MÁGICO, você nunca mais terá dúvidas de que, não importa o que estiver vendo, sempre haverá algo mais a ser revelado. (BACCEI, 1994, p. 3.)

Esses dois livros levantam um questionamento ainda mais abrangente do que o da subjetividade do olhar de pessoa para pessoa: uma *mesma pessoa* pode ter olhares diferentes sobre o mesmo acontecimento ou sobre a mesma imagem, dependendo de quando os olha, ou das condições em que isso ocorre. Basta olhar de um ângulo diferente a mesma imagem, ou desfocar a visão sobre ela, ou ouvir diferentes opiniões sobre a imagem ou apenas deixar o tempo passar, para se ter uma imagem nova sobre um lugar. Assim, outro olhar é transformado também em imagem.

Essas reflexões são importantes no estudo deste trabalho acerca dos cartões-postais em aliança com a consolidação do turismo de um lugar. Relembra-se que há requisitos para a escolha do cartão-postal de uma localidade, como dito anteriormente, e é de suma importância reconhecer a necessidade da análise mercadológica para a formação de uma iconografia do turismo.

É interessante, para a discussão sobre o *olhar*, contar a história de Evgen Bavcar, fotógrafo esloveno que perdeu completamente a visão aos 11 anos de idade. Bavcar, com suas fotografias e reflexões, situa bem a questão do que é ser cego ao expor sua relação com a câmera fotográfica, que compara a um telescópio:

Eu utilizo uma espécie de telescópio para ver as estrelas. Todo mundo utiliza o olhar do outro só que em outros planos, sem se dar conta sempre. E como não se pode nunca ver com os próprios olhos, somos todos um pouco cegos. Nós nos olhamos sempre com o olhar do outro, mesmo que seja aquele do espelho. (BAVCAR, 2003, p.12)

Para Bavar não há uma interpretação objetiva da realidade. Possuímos a *lente* do olhar, indissociável de nós e do que foi nos constituindo desde nosso nascimento, durante nossa história.

Apesar disso, a maioria das imagens contidas em cartões-postais pode ser engessadora de uma realidade mercadológica fria e pragmática, se não for tratada com cuidado e sensibilidade.

## **BRASÍLIA**

Brasília possui uma forma específica de receber as pessoas, assim como me recebeu em 2004. Inicialmente não me senti acolhida. Achava Brasília uma cidade fria com pessoas frias. Os amplos espaços pensados propositalmente por Lucio Costa para que fosse cidade moderna de amplos horizontes não se preenchiam de pessoas – as afastavam. As noites eram solitárias também, quase sem carros nas ruas. Uma cidade muito organizada, cidade nova de pessoas antigas. Comparava-a a uma ilha, um condomínio gigante. Um lugar completamente diferente de todos os outros, com seu próprio microclima.

Para mim, Brasília sempre foi muitas cidades. Cidade sonhada pelo sacerdote Dom Bosco antes mesmo de existir. Cidade inaugurada pela cruz marcada sobre a superfície plana do Planalto Central. Cidade desenhada por Lucio Costa. Cidade flutuante, um eterno plano que segue planando sobre o solo, em forma de avião, pássaro ou borboleta. Cidade espacial em que as formas lunares dos prédios desenhados por Niemeyer marcam-se de certa melancolia como a de quem viaja à lua procurando civilizá-la. Cidade planeta, repleta de cidades satélites ao seu redor. Cidade excludente, cujo projeto construtivo não previu a habitação daqueles que a construíram: uma cidadania que só pôde se exercer fora da cidade, nessas ocupações-satélites.

Afinal, Brasília foi uma cidade que não nasceu do agrupamento espontâneo de pessoas e isso fez com que eu, como moradora, estabelecesse uma relação diferente com a cidade. Com o tempo, assim como nas relações pessoais, fui conhecendo Brasília e criando minha relação íntima com ela – diferente da relação moradora que por tantos anos estabeleci. Assim, entrei na universidade e comecei a ter mais liberdade para explorar espaços. E, no momento em que consegui preencher os espaços que considerava vazios, percebi que eles estavam sendo preenchidos há tempo por uma diversidade formidável de pessoas. Trabalho, lazer, diversão, cultura... A cidade

borbulha a sua forma, exatamente pelo fato de ter sido criada para ser diferente de todas as outras. Sua monumentalidade pensada por gênios, seus amplos espaços livres e prédios-escultura dão o conforto de pertencimento a uma pátria e sugerem que há algo mais grandioso por trás daquilo tudo.

Brasília é capital do país com questões políticas fervorosas sempre presentes. É Patrimônio Cultural da Humanidade pela UNESCO (Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura) por representar uma obra-prima do gênio humano criativo – mesmo recém-criada. É cidade arborizada de cenários surreais que são, assim, ocupados de diferentes formas, permitindo com que neles haja histórias diferenciadas. Cidade ainda em construção. Cidade como tantas outras, mas diferente de todas. Essa é a Brasília do meu olhar.

Afunilando o presente trabalho para se ter um estudo mais específico sobre o tema, decidi fazer um estudo acerca dos postais encontrados na cidade de Brasília-DF, por meio de uma pesquisa de campo, em bancas de jornal da cidade, Centros de Atendimento ao Turista (CAT's), lojas representativas da cidade e principais *sites* de busca e mídias sociais. Encontrei algumas representações do que seria a cidade de Brasília para essas principais mídias e selecionei as que achei mais frutíferas para a reflexão do trabalho.

## EXPERIMENTANDO OLHARES DIFERENTES

“Um passo à frente  
E você não está mais no mesmo lugar”  
Chico Science. Passeio no Mundo Livre, 1996.

Chico Science, em sua canção “Passeio no Mundo Livre”, fala de localizações, de pensamentos e de opiniões. Mas fala também de olhares (que são uma forma de pensamento, de ponto de vista...): “um passo à frente e você vê diferente”, podemos parafrasear Chico.

Como visto, é importante que as imagens de uma cidade sejam registradas e expostas, para que nela exista uma iconografia do turismo. Essa iconografia faz com que as pessoas visitem lugares, vejam o que se quer que vejam, e de qualquer maneira fortaleçam o turismo desses lugares. Foi visto também que um olhar carrega sua subjetividade, fazendo com que nunca exista um olhar igual ao outro.

Os cartões-postais possuem sua função na criação do imaginário dos moradores e dos turistas quanto a uma localidade e divulgação da imagem desse lugar, porém, muitas vezes, são *engessadores* dessas imagens. Eu, como moradora que possui uma relação com a cidade em que moro, Brasília, decidi reunir um apanhado fotográfico que experimentasse outro olhar, não mercadológico, mas afetivo, da cidade.

Coloquei cartões-postais convencionais da cidade de Brasília, encontrados em bancas de jornal, papelarias, *sites* de colecionadores e, logo abaixo, as imagens não convencionais, normalmente encontradas na *internet*, para realizar uma comparação entre elas (colocação ao público do que se imagina que o turista quer ver em contraste com uma visão diferenciada desses mesmos locais.)

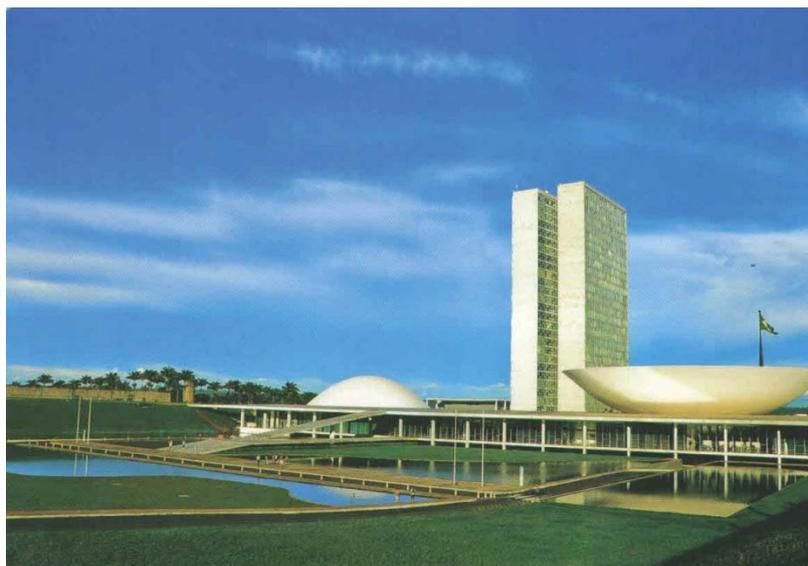
Saliento que a ideia, em meu trabalho, não é a de criticar os cartões-postais tradicionais da cidade. Como visto, os postais tradicionais possuem uma função de grande importância na construção do imaginário das localidades e, conseqüentemente, no desejo de visita a elas – o que fortalece não só o turismo dessas regiões, como cria uma identidade iconográfica para elas. O que proponho é utilizar os cartões-postais como ferramenta para uma reflexão acerca de dois pontos principais, o olhar e a fotografia, visto que os postais possuem a interessante característica de abordar ambos os assuntos.

## 1) Congresso Nacional:

As fotografias clássicas de postais do Congresso Nacional de Brasília são sempre tiradas com certa distância para que possa ter uma visão geral dele, percebendo-se sua grandeza em relação a tudo que está em volta. Não há pessoas nas imagens consideradas postais tradicionais que coletei para o trabalho, o que as deixa mais impessoal.



**Figura 7** - Cartão-postal do Congresso Nacional  
Fonte: *Site Filatelia*



**Figura 8** - Cartão-postal do Congresso Nacional  
Fonte: *Acervo Congresso Nacional*

A seguir, selecionei imagens não muito convencionais, mas que poderiam ser cartões-postais da mesma forma.

Outro olhar sobre o Congresso Nacional faz muito sentido para mim, visto que muitas vezes faço uma brincadeira ao passar por lá. Posso considerá-la uma brincadeira pessoal minha que existe graças à relação que estabeleço com a cidade. Dependendo do ângulo e distância em que me encontro do Congresso, o encaixo dentro de diversos componentes da paisagem que vejo e descubro uma gama de funções diferentes para o que é, na verdade, o órgão constitucional que exerce as funções do poder legislativo. A foto de Jesco Von Puttkamer exemplifica minha brincadeira: a fotografia tira o Congresso do primeiro plano da imagem e brinca com as formas modernas e limpas/sem nada em volta da Esplanada, fazendo com que o Congresso Nacional possa ser confundido com as pilastras que sustentam a parte de cima da Rodoviária Central.



**Figura 9** – Outro olhar sobre o Congresso Nacional  
Fonte: Wolfgang Jesco von Puttkamer, via *Facebook*.

Na seguinte fotografia, escolhida por mim como um postal alternativo do tradicional, o fotógrafo enquadrou um Policial Militar que estava próximo ao Congresso colocando-o em primeiro plano na imagem, como sendo uma barreira (ou uma ponte) de quem vê a foto para o Congresso Nacional. Em tempos de crise política - corrupção, manifestação do povo e repressão às manifestações - tal foto simboliza um momento que faz muito sentido para mim como moradora da cidade de Brasília.



**Figura 10** – Outro olhar sobre o Congresso Nacional  
Fonte: Ítalo Amorim, via *Facebook*.

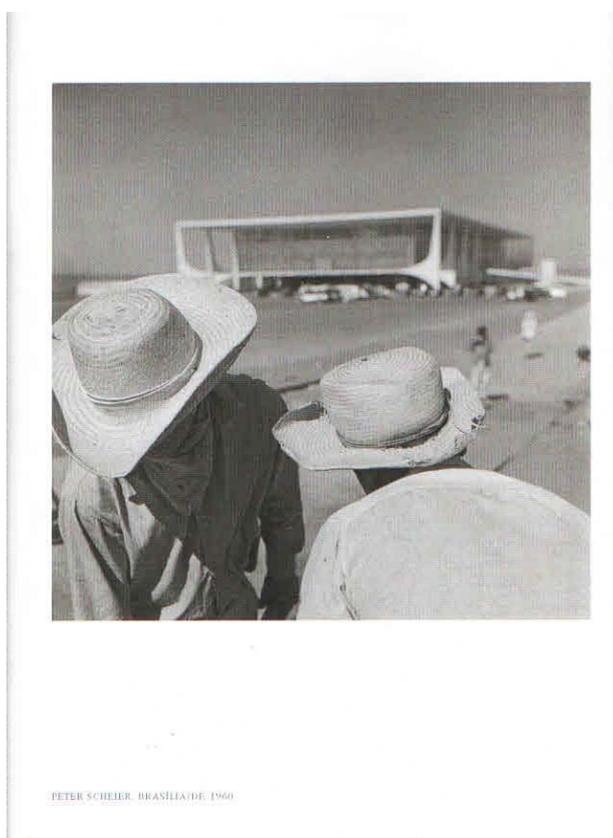
## 2) Palácio do Planalto:

O postal mostra a imagem do Palácio do Planalto, lugar em que a/o Presidente exerce seu trabalho, distanciado, em primeiro plano, o que exalta as características de sua monumentalidade moderna. Novamente não há pessoas nos espaços da paisagem.



**Figura 11** – Cartão-postal do Palácio do Planalto  
Fonte: Acervo pessoal – Ivany Câmara Neiva

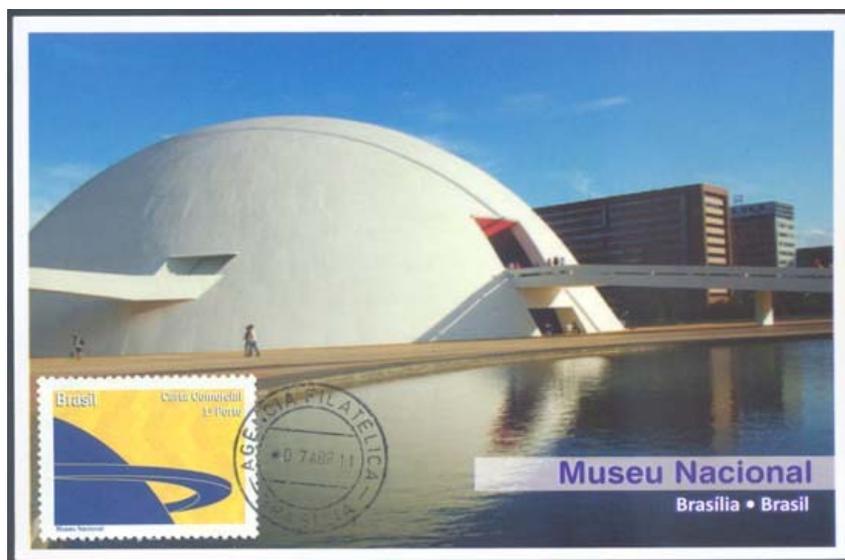
A segunda fotografia foi feita por Peter Scheier, no ano de 1960 - período em que a cidade de Brasília estava no início de sua construção. Nela, não é o Palácio do Planalto e seus recortes modernos que aparecem em primeiro plano, mas os construtores dele, conhecidos também como Candangos. Após o término das obras, os trabalhadores foram obrigados a se mudar para localidades que ficavam em torno da cidade, mais conhecidas como cidades-satélite. A seguinte imagem me toca e é afetiva no que diz respeito a mim pois se trata da consubstanciação da representação da desigualdade que se faz presente nas relações sociais. Esse é um tema que constantemente se faz presente em meu dia-a-dia e minhas reflexões.



**Figura 12** – Outro olhar sobre o Palácio do Planalto  
Fonte: Acervo pessoal – Ivany Câmara Neiva

### 3) Museu Nacional:

As duas fotos a seguir representam a imagem mais divulgada do Museu da República.



**Figura 13** – Cartão-postal do Museu Nacional  
Fonte: *Site Filatelia*



**Figura 14** – Cartão-postal do Museu Nacional  
Fonte: *Site Filatelia*

A seguinte fotografia é diferente do habitualmente mostrado ao turista comum. O monumento, antes percebido como estático e conservador, é agora visto sob um novo olhar, mostrando a ocupação dele pelas pessoas. Na fotografia, não há uma higienização da imagem – o Museu da República está sujo, há uma pichação de cunho político que expressa a indignação da população com relação a questões que estão acontecendo no cenário político atual. Para mim, a fotografia faz sentido pois o Museu da República é retratado, aqui, de forma mais verdadeira.



**Figura 15** – Outro olhar sobre o Museu Nacional  
Fonte: Artur Dias, via *Facebook*.

A fotografia a seguir pode ser considerada um postal afetivo meu pois mostra a ocupação do Museu com arte e cultura. A cúpula com projeções e música em um dia de festa representa meu Museu afetivo. A Brasília em que a cultura borbulha me toca particularmente e me faz ser uma política da cidade (política no sentido de acreditar nela defendê-la.)



**Figura 16** – Outro olhar sobre o Museu Nacional  
Fonte: *Google.com*

Na Feira Liga-Pontos<sup>11</sup> há um estande de um coletivo de artistas chamado “Aqui em BsB”, em que são disponibilizados postais tradicionais brasileiros vistos com abordagens diferenciadas e com interferência, inclusive, de desenhos sobre as fotografias de pontos turísticos. É o caso, por exemplo, do postal a seguir, que retrata o Museu da República como uma nave espacial e, mais abaixo, do Panteão da República, retratado como uma pista de skate. Os artistas desse coletivo buscam:

[...] explorar a cidade de formas diferentes, sob uma perspectiva mais sutil e humana, fugindo dos postais turísticos tradicionais. Os postais são produzidos por meio de coleções. Cada uma tem uma abordagem própria, tanto na escolha do tema quanto dos materiais.<sup>12</sup>

Optei por escolher estes postais para meu trabalho, pois na paisagem brasileira são acrescentados elementos ficcionais que propõem uma reflexão acerca das formas modernas contidas nos monumentos brasileiros. Havia pensado, coincidentemente, em trabalhar com desenhos meus em paisagens brasileiras, quando minha monografia ainda estava começando a tomar forma.



**Figura 17** – Outro olhar sobre o Museu Nacional  
Fonte: Aqui em BsB.

<sup>11</sup> Disponível em [https://www.facebook.com/pg/LigaPontos/about/?ref=page\\_internal](https://www.facebook.com/pg/LigaPontos/about/?ref=page_internal) Acesso em: 25/05/2017 às 10h35.

<sup>12</sup> Disponível na página oficial do “Aqui em BsB”:  
[https://www.facebook.com/pg/aquiembsb/about/?ref=page\\_internal](https://www.facebook.com/pg/aquiembsb/about/?ref=page_internal) Acesso em: 25/05/2017 às 10h36.

#### 4) Monumentos e esculturas da Praça dos Três Poderes:

##### 4.1 – Panteão:

O Panteão (nome pelo qual ficou conhecido o Panteão da Pátria e da Liberdade Tancredo Neves) é apresentado ao turista como componente da Praça dos Três Poderes. Além desse aspecto, escolhi outro cartão “tradicional”, em que às imagens maiores se acrescenta outra, que aparece ao lado direito, em cima, e mostra o Panteão sozinho na Praça, em um ângulo que é mais apresentado aos turistas.



**Figura 18** – Cartão-postal do Panteão  
Fonte: *Site Filatelia*



**Figura 19** – Cartão-postal do Panteão  
Fonte: Acervo pessoal – Ivany Câmara Neiva

A seguinte fotografia foi escolhida por mim como um postal alternativo ao tradicional por se tratar do meu estudo com relação a esse trabalho. Boris Kossoy, estudioso da área da fotografia, fala dos processos de construção da realidade que acontecem no momento em que é realizada uma fotografia. Traz reflexões com relação à legitimidade que se dá ao documento fotográfico e fala de dois filtros que a imagem fotográfica contém em si: o *assunto (recorte espacial)* congelado num determinado momento de sua ocorrência (*interrupção temporal*), ambos já discutidos no presente trabalho. O foco da fotografia encontra-se em um pedestal situado na praça, que normalmente seria um mero coadjuvante da cena. Percebe-se que só a mudança de foco para outro elemento compositor da cena já faz a paisagem mudar completamente. O pedestre (“congelado”<sup>13</sup>) aparece como ponto central da fotografia, estando exatamente entre o pedestal e a Bandeira Nacional. O Panteão deixa de ser foco principal do postal, passando a ser um simples compositor da cena, aparecendo “cortado”, deixando didático, também, o recorte de que Kossoy fala.

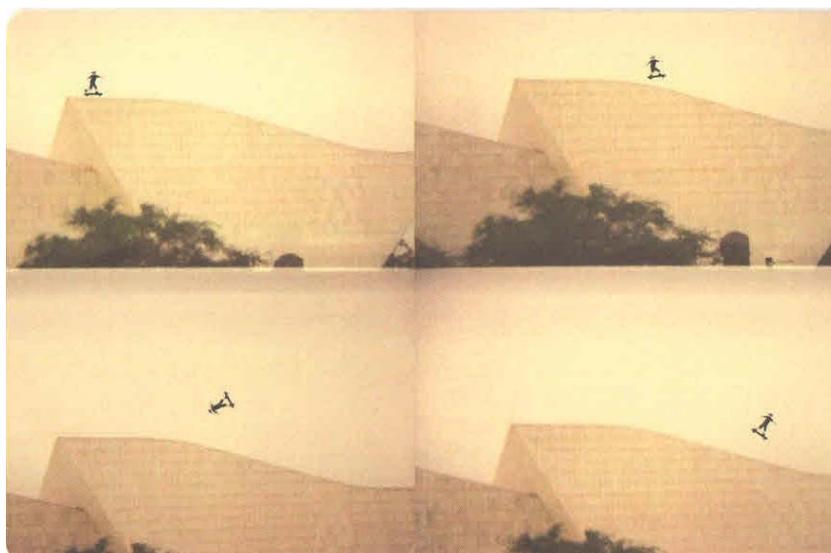


**Figura 20** – Outro olhar sobre o Panteão  
Fonte: Isabela Pina, via *Flickr.*, 2012.

---

<sup>13</sup> Kossoy, 2016, p. 31.

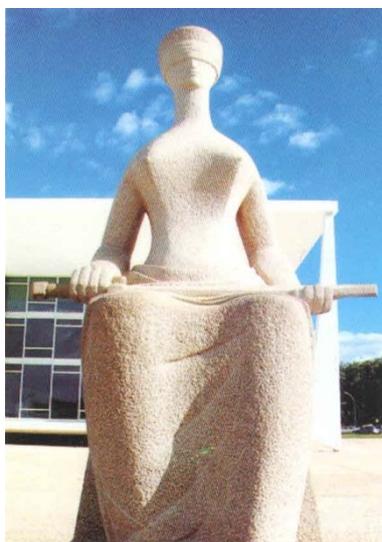
Esse último postal, referente ao Panteão, foi feito, também, pelo coletivo “Aqui em BsB”. Ele inclui “incorporações” já mencionadas anteriormente, fazendo uma releitura do monumento ao incrementar componentes lúdicos à fotografia (no caso, o menino andando de skate) - efeito que ocorre graças às tecnologias de criação e edição de imagem.



**Figura 21** – Outro olhar sobre o Panteão  
Fonte: Aqui em BsB.

## 4.2 – Justiça:

Na imagem a seguir, a Estátua da Justiça (de Alfredo Ceschiatti) aparece como em geral é mostrada ao turista.



**Figura 22** – Cartão-postal da Justiça  
Fonte: Papelaria da Rodoviária.

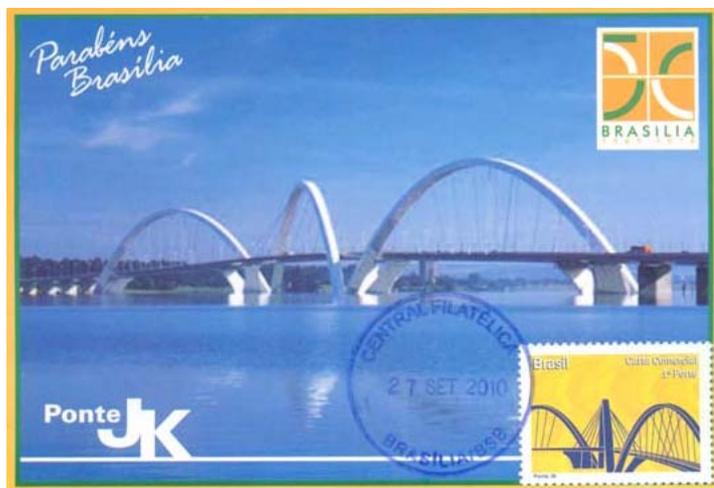
A foto seguinte foi tirada no dia 08 de março de 2017 – Dia Internacional da Mulher – em que ocorreu a Greve Internacional de Mulheres. As mulheres, unidas, caminharam pela Esplanada reivindicando direitos e, ao chegar na Praça dos Três Poderes, jogaram flores no colo da Estátua da Justiça, pedindo justiça às mulheres mortas e violentadas diariamente. É um postal afetivo meu por me sentir representada ao vê-lo: pelo fato de ser mulher, mãe e sofrer as consequências de estar inserida em uma sociedade patriarcal e machista. É outro exemplo da ocupação dos espaços públicos de Brasília por sua população.



**Figura 23** – Outro olhar sobre a Justiça  
Fonte: Marília Alves, via Facebook. 2017

## 5) Ponte JK

Os postais clássicos encontrados que dizem respeito à Ponte Juscelino Kubistchek são fotografias tiradas ao longe, normalmente para poder enquadrar a ponte inteira. Trata-se de marco moderno, construído no ano de 2010. A foto que escolhi é representativa de todos os postais tradicionais que encontrei sobre a ponte.



**Figura 24** – Cartão-postal da Ponte JK  
Fonte: *Site Filatelia*

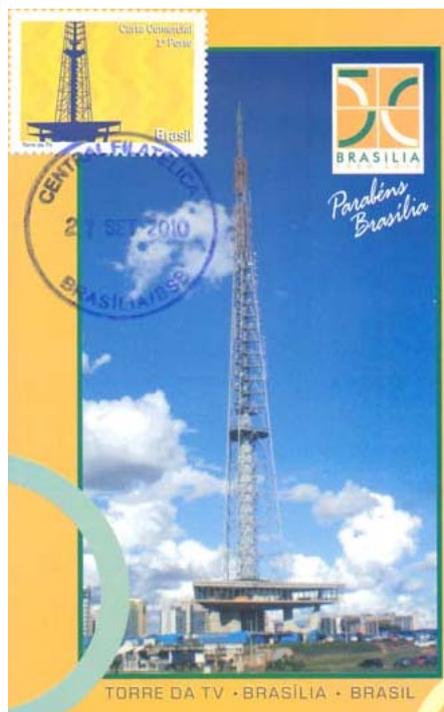
A seguinte imagem mostra o meu olhar – de moradora – do que é a Ponte JK: para mim, a ponte sou eu passando por dentro dela, percebendo as formas que os arcos superiores em conjunção com os fios de ferro que a sustentam fazem quando estou em movimento dentro dela. A Ponte JK ao longe distancia-se mais do meu olhar de moradora do que ela vista de dentro, suscitando aí reflexões acerca do olhar e de sua particularidade de acordo com as diferentes relações que se são estabelecidas com a cidade e do referencial que se tem de uma paisagem.



**Figura 25** – Outro olhar sobre a Ponte JK  
Fonte: Artur Dias, via *Facebook*. 2016

## 6) Torre de TV

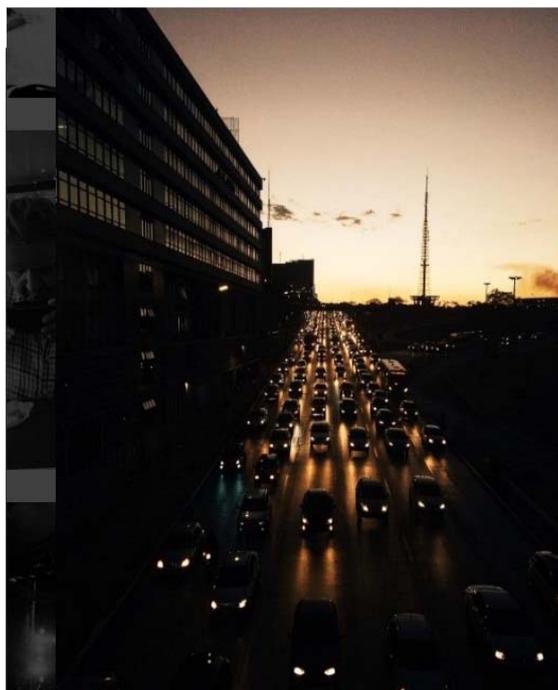
De acordo com um levantamento documental de vários cartões-postais da Torre de TV de Brasília considerei esta imagem como representativa de um cartão-postal clássico dela:



**Figura 26** – Cartão-postal da Torre de TV

Fonte: *Site Filatelia*

A imagem seguinte dá ideia de movimento urbano: carros parados esperando o sinal abrir, ao entardecer. Considero-a um postal afetivo do meu olhar na relação estabelecida com a cidade. Representa a mistura de cansaço que muitas vezes sinto por estar, ao final de um dia de trabalho, no carro em meio ao trânsito da esplanada dos ministérios com a admiração pelo céu esplendoroso de Brasília em conjunção com a Torre de TV, que fica especialmente bela nessa hora do dia. Um momento do dia ruim que Brasília consegue transformar, muitas vezes, em um momento de contemplação e alegria – por isso me representa e a meu olhar.



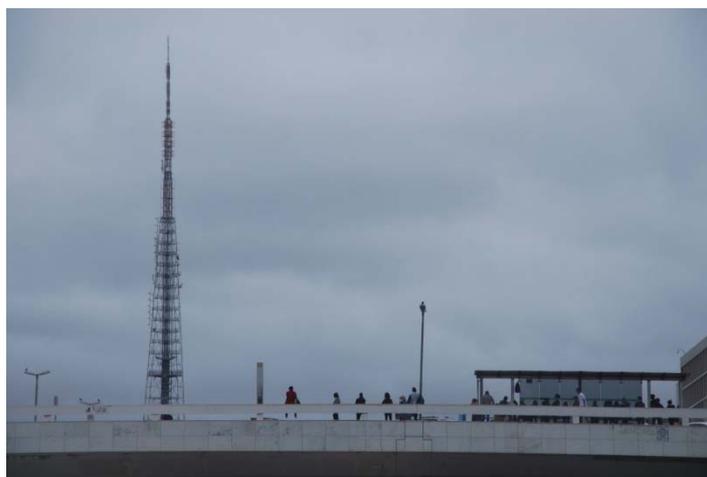
**Figura 27** – Outro olhar sobre a Torre de TV  
Fonte: Ândrea Possamai, via *Instagram*. 2016

A foto seguinte retrata a Torre de TV em um dia comum de lazer. Nela, o foco da foto se dá em um ciclista, deixando a torre e tudo ao redor em desfoque o que dá ideia de movimento à imagem. Se aproxima do meu olhar de moradora por eu possuir uma memória muito positiva e antiga dos momentos em que andava de bicicleta pela cidade, muitas vezes passando por monumentos icônicos brasilienses.



**Figura 28** – Outro olhar sobre a Torre de TV  
Fonte: Artur Dias, via *Facebook*.

A próxima foto foi tirada por mim em uma tarde comum, voltando da faculdade. Foi tirada enquanto estava parada no sinal. Do ângulo em que foi tirada, parece que a Torre de TV está logo ao lado de uma parada de ônibus. Eu, ao viver o dia-a-dia em Brasília, percebo que convivo diariamente com monumentos icônicos de Brasília.



**Figura 29** – Outro olhar sobre a Torre de TV  
Fonte: Acervo Pessoal, 2013.

## 7) Catedral:

A seguinte imagem, em que aparecem a Catedral (obra de Niemeyer) e Os Evangelistas (de Alfredo Ceschiatti e Dante Croce), pode ser considerada como cartão-postal típico da cidade.

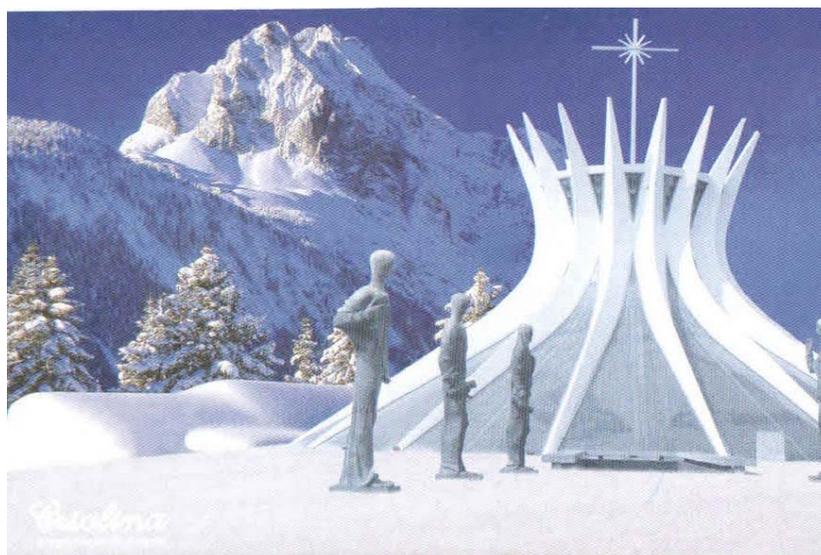


**Figura 30** – Cartão-postal da Catedral  
Fonte: Acervo pessoal – Ivany Câmara Neiva

A segunda, criação publicitária do Coletivo Criolina, em forma de cartão-postal impresso, introduz elementos ficcionais à imagem original, e me lembra textos de fotógrafos e de pesquisadores conhecidos, como Etienne Samain, a respeito da segurança que uma imagem fotográfica passa e das *realidades* de uma fotografia:

É justamente em virtude da credibilidade que se atribui ao documento fotográfico – como espelho fiel dos fatos da história cotidiana – que, um dia, quem sabe, poder-se-á dar margem à criação de um passado que jamais existiu. Um passado sem referentes reais, fisicamente concretos. Um passado, portanto, sem uma *primeira realidade*: a da vida; um tempo e um espaço concebido com base em *referentes fotográficos* imaginários, bidimensionais ou eletrônicos, porém iconograficamente possíveis. Por que não? Uma história construída com base no documento fotográfico ficcional, porém na escala real; representações de representações. É a vingança da representação contra o referente que a originou: é a realidade gerada em laboratórios de computação gráfica. Uma realidade sintética, sem substância, porém tornada verdadeira, posto que visível fotograficamente. (SAMAIN, 1998 , p.47)

No caso dos postais antigos que eram controlados pelo Estado, por exemplo, pôde-se perceber que, não fossem as fotos não-oficiais, a memória fotográfica das cidades brasileiras poderia ter sido suprimida por uma realidade higienizada. A foto a seguir foi escolhida como uma forma de crítica à credibilidade que se costuma dar às fotos, vista no trabalho.



**Figura 31** – Outro olhar sobre a Cathedral  
Fonte: Coletivo Sistema Criolina

## 8) Ministérios:

Na foto que escolhi como representativa de um postal clássico dos ministérios, eles aparecem com a Torre de TV ao fundo, bem como com o aclamado pôr-do-sol do cerrado.



**Figura 32** – Cartão-postal dos Ministérios  
Fonte: Acervo Pessoal – Ivany Câmara Neiva

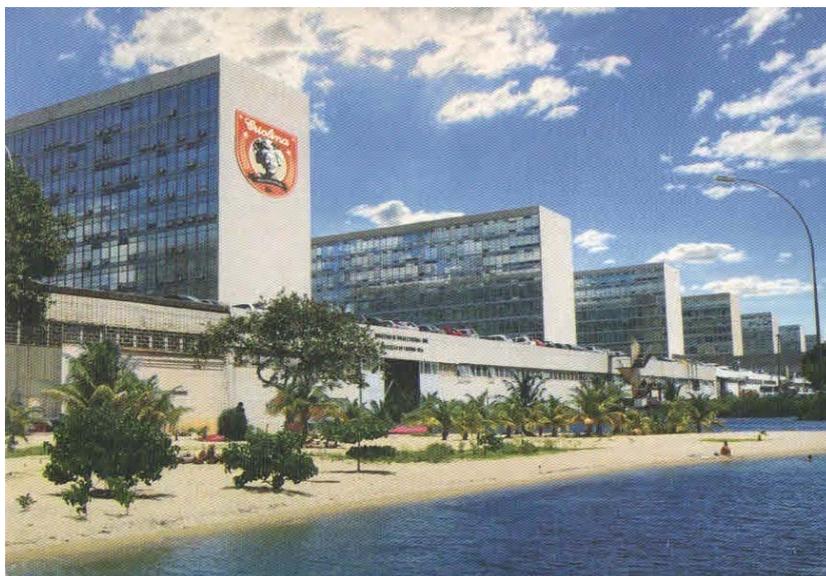
A seguir, selecionei uma fotografia que mostra outro olhar, essa do fotógrafo francês Gautherot, em que são mostrados os Ministérios em construção. Essa foto, como outras “não-oficiais”, não teve espaço de comercialização; consta em livros de arte fotográfica e no acervo do Instituto Moreira Sales.



MARCEL GAUTHEROT: MINISTÉRIOS EM CONSTRUÇÃO, BRASÍLIA/DF, C. 1958

**Figura 33** – Outro olhar sobre os Ministérios  
Fonte: Marcel Gautherot

A última fotografia que representa um olhar diferenciado do que Brasília comumente é mostrada é a seguinte, criada pelo Coletivo Sistema Criolina. Os elementos ficcionais acrescentados aos ministérios, que ficam registrados como uma grande praia, trazem uma análise crítica, como se ministros ou funcionários públicos (com as suas devidas exceções) estivessem muitas vezes em férias. Essa fotografia, para mim, é considerada um postal afetivo pois tudo o que foge de uma realidade literal e que incita a imaginação me toca. A realidade, no fim das contas, pode não ser fiel ao que os olhos vêem concretamente, mas sim, a uma forma de interpretação das coisas.



**Figura 34** – Outro olhar sobre os Ministérios  
Fonte: Coletivo Sistema Criolina

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

A fenomenologia me embasou neste trabalho especialmente pelo fato de o trabalho registrar visões do meu “eu”.

Constatei que, hoje em dia, há mais imagens digitais do que cartões impressos sobre locais, eventos e pessoas, inclusive em relação à cidade de Brasília. Não devemos estranhar ou criticar essa tendência, pois é algo da contemporaneidade tecnológica que estamos vivendo. Isso, aliás, facilita o estudo sobre os olhares e suas particularidades deles, visto que dentro dessa tecnologia contemporânea o acesso às imagens pode atingir maior número de pessoas (seja para criá-las, encaminhá-las a outros, como para observá-las). Mesmo antes dessas tecnologias, havia olhares artísticos sobre a cidade, como o de Peter Scheir, Jesco von Puttkamer e Gautherot, colocados neste trabalho. Porém, em decorrência da época em que fotografaram e do tipo de foto que produziram, suas imagens eram – e são - de acesso restrito. Ao analisar todas as imagens coletadas, pode-se concluir que o olhar fotográfico é mutante e acompanha a mudança não só da paisagem urbana como dos valores e intenção do fotógrafo.

Foram disponibilizadas, como cartões impressos, imagens utilizadas como atrativo turístico do que “se imagina que o turista quer ver”. Capta-se o imaginário “criado” no turista e se cria a imagem turística da localidade. Normalmente essas imagens se encontram estáticas, tiradas com certa distância e sem ocupação por meio de pessoas.

Observei as imagens contemporâneas disponibilizadas, em contraponto. São imagens que, embora não feitas com o propósito de ser “cartões-postais”, cumprem seu papel em termos de mensagens enviadas, pois também são *enviadas* (pelas redes sociais, por e-mail - correio eletrônico). Essas imagens, que localizei em redes sociais, foram feitas por fotógrafos que têm também – como eu – visões “não-oficiais” da cidade.

Observei também que essas imagens “não-oficiais” já existiram em nosso passado (mas também não tiveram espaço mercadológico).

Penso que uma fotografia não é espelho da realidade e não pode ser considerada como tal. No momento em que se constrói uma fotografia, se constrói uma realidade. A imagem, portanto, passa por diferentes processos de construção da realidade, iniciando-se pelo fotógrafo, sua forma de olhar o mundo, sua concepção estética e sua intenção ao

realizar a foto; passa por filtros, recortes espaciais e temporais e terminam pelo próprio receptor (por sua forma de olhar o mundo e de perceber a fotografia).

As fotografias em que são incluídas elementos ficcionais à paisagem, como as do coletivo “Aqui em BsB” e as do coletivo Sistema Criolina, servem como crítica à legitimidade que se dá à fotografia, como “espelho da realidade”. Os “exageros” de edição criam uma realidade alterada, mas que fazem sentido (são legítimas, portanto) com relação ao sentimento que passam ao espectador. O olhar artístico está presente no nosso Presente – na sensação que a Catedral de Brasília pode muitas vezes passar, por se parecer com um castelo de gelo, no Museu da República ao ser retratado como uma nave espacial, no Panteão ao ser transformado em uma pista de skate ou nos Ministérios que estão registrados como se estivessem dentro de uma praia, suscitando reflexões acerca de como o estilo arquitetônico dessas obras podem alimentar a imaginação de quem as vê.

Antigamente, não apenas por se divulgar imagens que “convinham” ao poder, mas também por não se ter tanto acesso às tecnologias de reprodução de imagem, os postais documentaram uma realidade higienizada das cidades. O outro lado das cidades acabou sendo suprimido e a memória que se tem delas se torna inexistente (não fosse pelas fotografias não oficiais).

Ao estudar a questão do olhar, constatei que meu olhar de moradora apropria-se do espaço urbano: faz com que esses espaços sejam ocupados, tenham movimento, sejam vividos. O olhar, não só meu como dos fotógrafos que citei em meu trabalho, incluiu pessoas que se apropriaram do espaço urbano de Brasília, quer para usá-lo politicamente, quer para o lazer, para a transmissão de cultura, arte. As fotografias postais de Brasília, de estáticas e conservadoras, desde a época de sua construção, agora mostram uma cidade humanizada sob um novo olhar, incluem a ocupação do espaço público tanto pelo brasileiro quanto pelos turistas.

Percebi que, ao mudar o enquadramento de uma paisagem ou concentrar o foco da câmera em outro componente da cena, transformando uma imagem em nítida e outra em desfocada, se tem outra imagem de uma mesma paisagem – o que foi o caso da fotografia alternativa do Panteão colocada no trabalho. O olhar fotográfico atual descobriu, nos monumentos icônicos de Brasília, um novo ângulo de visão, uma nova descoberta das formas (quando não submetidos a interesses de expressar uma imagem idealizada, uma realidade “oficial”), retratando-os às vezes de forma divertida, outras vezes de forma poética, entre outro grande leque de possibilidades de finalidades.

O olhar mercadológico existe e está presente nos postais brasilienses, porém, cada vez menos e de forma mais restrita aos cartões impressos disponibilizados em alguns pontos específicos da cidade de Brasília. Tal olhar continua tendo sua função no que se refere à criação de uma identidade brasiliense, de uma iconografia e de um imaginário da cidade.

Sobre Brasília, percebi que é o resultado de muitos olhares: dos candangos que foram construindo a identidade brasiliense, dos que nasceram na cidade nesses 57 anos ou em outros locais antigos, que se constituíram na atual Brasília, dos moradores e dos diferentes turistas que a visitam. Por isso, as imagens estáticas dos primeiros postais “oficiais”, acessíveis a qualquer morador ou turista, e dos postais “clássicos” ainda disponibilizados – vêm se transformando, utilizam tecnologias contemporâneas, captam o movimento e um novo ângulo sobre o já conhecido.

Por fim, percebi Brasília como uma mistura moderna de culturas, acessível e generosa para os olhos de quem sabe olhá-la e quer ver algo além da “pedra e cal”<sup>14</sup>, e para os olhos de todos os fotógrafos que pretendem retratá-la de sua própria forma.

---

<sup>14</sup> MENESES, 1996.

## **BIBLIOGRAFIA**

BACCEI, Tom. Prefácio. In: N.E.THING Enterprises. **Olho Mágico** – uma nova maneira de ver o mundo. Ilusões 3D. Vol.II. São Paulo: Martins Fontes, 1994.

BAVCAR, E. **Memória do Brasil**. São Paulo: Cosac e Naify, 2003.

BERNARDES, N.M.G (1991), Análise compreensiva de base fenomenológica e o estudo da experiência vivida de crianças e adultos. **Educação**, Porto Alegre, ano XIV, n.20.

BORGES, M. E. Linhares. **História e Fotografia**. Belo Horizonte: Autêntica, 2005.

BRANDÃO, C. Rodrigues. **O que é Educação**. São Paulo: Editora Brasiliense, 1981.

BRANDÃO, C. Rodrigues. **Identidade e Etnia**. S. Paulo, Ed. Brasiliense, 1986.

CALVINO, Ítalo. **As cidades invisíveis**. São Paulo: Companhia das Letras, 1990.

DALTOZO, J, Carlos. **Cartão-postal: arte e magia**. Presidente Prudente: Gráfica Cipola, 2006.

DIENSTMANN, Satyam Bomer. **Espaços públicos de Brasília e seu potencial turístico**. 2016. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Turismo). Centro de Excelência em Turismo. Universidade de Brasília. Brasília.

DUARTE JUNIOR, João-Francisco. **O que é realidade**. 10ª edição, 5ª reimpressão (1ª edição: 1984). São Paulo: Brasiliense, 2004.

FRANCO, S. Patrícia. Cartões-postais: fragmentos de lugares, pessoas e percepções. **MÉTIS: história e cultura** – v.5, n.9, p. 25-62, jan./jun. 2006.

GASTAL, Susana. **Turismo**, Imagens e Imaginários – Coleção ABC do Turismo. São Paulo: Aleph, 2005.

INSTITUTO MOREIRA SALLES. **O Brasil de Marc Ferrez**. 2ed. São Paulo, 2005.

INWOOD, Michael. **Dicionário Heidegger**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2002.

KOSSOY, Boris. **Realidades e Ficções na Trama Fotográfica**. 5ed. revista. São Paulo: Ateliê Editorial, 2016.

MAFFESOLI, Michel. **Entrevista**. Revista Famecos. Porto Alegre. n<sup>o</sup>. 15. agosto 2002. p.74-82. (Faculdade de Comunicação Social – PUCRS).

MENESES, Ulpiano T.B.de. Os “usos culturais” da cultura. Contribuição para uma abordagem crítica das práticas e políticas culturais. In: YASIGI, Eduardo (Org.). **Turismo**, paisagem e cultura. São Paulo: Hucitec, 1996.

MINISTÉRIO DO TURISMO. **Marketing de Destinos Turísticos**. [S.l.: s. n.] [entre 2003 e 2011].

N.E.THING Enterprises. **Olho Mágico** – uma nova maneira de ver o mundo. Ilusões 3D. Volumes I e II. São Paulo: Martins Fontes, 1994.

NETTO, A. Panosso. **Filosofia do Turismo**: teoria e epistemologia. São Paulo: Aleph, 2005.

OLIVEIRA, A.N.de. **Para além das fronteiras das fotografias**: as histórias não contadas pelas fotografias de promoção dos destinos turísticos. 2016. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Turismo). Centro de Excelência em Turismo. Universidade de Brasília. Brasília.

ONFRAY, M. **Teoria da viagem**. Poética da geografia. Porto Alegre, RS: L&PM, 2009.

PESAVENTO, Sandra. Em busca de uma outra história: imaginando o imaginário. **Revista Brasileira de História**, São Paulo, v. 15, nº 29, 1995.

PINO, A. A produção imaginária e a formação do sentido estético. Reflexões úteis para uma educação humana. **Pro-Posições**, Campinas, v. 17, n. 2(50), p. 47-69, ago. 2006.

SAMAIN, E. **O fotográfico**. São Paulo: Hucitec, 1998.

SOUZA, A.S. Lílian; ANGELO, B. Roberto. Cidades (in)visíveis: imagens, caminhos, fotografias e representações. **Discursos Fotográficos**, Londrina, v.4, n.5, p.159-178, jul./dez. 2008.

TERRA, Tatiana Vieira. **Bucólica Brasília: a experiência do caminhar pelas Entrequadras de Brasília (cidade, arte e turismo)**. 2015. Dissertação – Centro de Excelência em Turismo, Universidade de Brasília. Brasília, 2015.

WATERSON, B. **Os dias estão todos ocupados**. As aventuras de Calvin e Haroldo. Kansas: Andrews McMeel Publishing, 1993.