

ARTIGO

DE ORIENTES E ÁFRICAS: VISUALIDADES COLONIAIS NAS IMAGENS DOS CARTÕES- POSTAIS DA COLEÇÃO AUGUSTO OLIVEIRA¹

CIBELE BARBOSA

Doutora em História Moderna e Contemporânea (Paris IV-Sorbonne). É pesquisadora Associada III da Fundação Joaquim Nabuco (MEC). Foi coordenadora de Documentação e Pesquisas Históricas, entre 2012 e 2014, na referida instituição.
E-mail: cibele.barbosa@fundaj.gov.br
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5072-8150>

RESUMO: Entre os anos de 1906 e 1908, o cartofilista Augusto de Oliveira recebeu mais de 300 cartões-postais oriundos de diversas partes do mundo, do Cairo a Tóquio. Ilustrados com fotografias de “tipos” e “paisagens”, esses postais são registros de uma época imersa em um regime de visualidade marcado pela reprodutibilidade técnica da imagem e pelo colonialismo europeu na África e na Ásia. Com base em estudos contemporâneos da Cultura Visual e em leituras pós-coloniais, a pesquisa sobre esse farto material iconográfico abre novas janelas analíticas para pensar de que modo o culto ao exótico e a *episteme* racializada da época informaram percepções e produziram olhares transnacionais sobre o “Outro”.

PALAVRAS-CHAVE: Visualidade; Colonialismo; Raça; África; Fotografia; Cartões-Postais.

¹ Agradeço à Fundação Joaquim Nabuco pelo apoio à consecução da pesquisa que culminou neste artigo, em especial ao suporte oferecido por Albertina Malta, coordenadora geral do Centro de Documentação e de Estudos da História Brasileira (Cehibra) e Lino Madureira, coordenador do CEDOC, responsável pelo tratamento técnico e digitalização dos acervos do Centro. Um agradecimento especial para minha colega de trabalho, a pesquisadora Rita de Cássia de Araújo, pelas preciosas informações que me possibilitaram conhecer mais sobre a coleção e seu colecionador. Um outro agradecimento dedico ao meu colega Henrique Cruz, do Museu do Homem do Nordeste (Fundaj), cuja erudição sobre cartofilia abriu-me portas para melhor conhecer as práticas do colecionismo postal e sua história. Por fim, sou grata a Gabriel Peters (UFPE), pela leitura e revisão da versão final do artigo. Seus “olhos de lince” foram essenciais para a correção e as melhorias do texto.

FROM ORIENTS AND AFRICAS: COLONIAL VISUALITIES IN THE IMAGES OF THE POSTCARDS OF THE AUGUSTO OLIVEIRA COLLECTION

ABSTRACT: Between the years of 1906 and 1908, the deltiologist Augusto de Oliveira received more than 300 postcards sent from different parts of the world, from Cairo to Tokyo. Illustrated with photographs of “types” and “landscapes”, these postcards are records of an age immersed in a regime of visibility marked by the technical reproducibility of the image and by European colonialism in Africa and Asia. Based on contemporary studies of Visual Culture and post-colonial readings, the research on this abundant iconographic material opens up new analytical windows for thinking about how the cult of the exotic and the racialized *episteme* of the time have informed perceptions and produced transnational views about the “Other”.

KEYWORDS: Visuality; Colonialism; Race; Africa; Photography; Postcards.

Recebido em: 12/11/2020

Aprovado em: 12/02/2021

DOI: <http://dx.doi.org/10.23925/2176-2767.2021v70p36-64>

O presente artigo trata de um conjunto de mais de 300 cartões-postais endereçados a um colecionador residente em Pernambuco, Augusto Frederico de Oliveira, entre os anos de 1906 a 1908. Esse farto material, presente nos acervos do Centro de Documentação e de Estudos da História Brasileira da Fundação Joaquim Nabuco², é formado, em grande parte, por cartões remetidos do Cairo por uma colecionadora cujo nome era assinado como J. Borg ou Mme. Borg, bem como por correspondentes de várias partes do mundo: da Argélia ao Ceilão. Praticamente todos dos mais de trezentos postais desta coleção foram enviados de localidades na África e na Ásia.

A descrição das imagens presentes nesses cartões-postais, com o detalhamento das trocas entre Oliveira e Madame Borg, já seria uma contribuição documental relevante à história visual do período, assim como ao estudo histórico da cartofilia. No entanto, essa documentação permite elaborações analíticas ainda mais amplas acerca da cultura visual do final do século XIX e início do século XX, pensada sob uma perspectiva transnacional.

Os postais endereçados de diferentes recantos do mundo para um colecionador da cidade do Recife são reveladores de um tipo de colecionismo ou de consumo visual pouco explorado nos estudos sobre história da cartofilia; no caso, imagens provenientes da África e do Oriente. Um número considerável de trabalhos tem se empenhado em abordar os “postaes do Brasil” e as representações sobre o país presentes em um tipo de material dedicado, em especial, para circular do Brasil para o exterior (MIRANDA, 2011; BELCHIOR, 1986; VASQUEZ, 2002; VELLOSO, 2001). Em contraste, os cartões da coleção Augusto Oliveira abrem novas janelas de pesquisa que auxiliam a compreender a via inversa da circulação desses postais: o consumo de imagens com temas étnicos relacionados aos continentes asiático e africano por colecionadores e destinatários brasileiros.

Essas imagens, reproduzidas em cartões-postais, foram elaboradas e apreciadas em meio a uma cultura visual assentada em pressupostos racializados e etnocêntricos, cujas projeções discursivas acerca do “Outro” do

² O Centro de Documentação e de Estudos da História Brasileira Rodrigo Mello Franco de Andrade (Cehibra), integra a Diretoria de Memória, Educação, Cultura e Arte (Meca) da Fundação Joaquim Nabuco, órgão do Ministério da Educação. Situado na cidade do Recife, o Centro reúne acervos iconográficos, fonográficos e textuais que contabilizam mais de 500 mil itens documentais. Os acervos digitalizados estão disponíveis na plataforma <https://villadigital.fundaj.gov.br>
Para mais informações: www.fundaj.gov.br

Ocidente apoiavam-se em binômicos articulados como “civilização” e “selvageria”, “progresso” e “atraso”, “futuro” e “ruína”, “colonizadores” e “colonizados”. As paisagens e “tipos” africanos e orientais reproduzidos nos postais, os quais alimentavam o mercado do exotismo europeu, compartilhavam esquemas sociais de produção visual similares aos que geravam imagens de paisagens e “tipos” brasileiros. Captada, produzida e distribuída por lentes e empresas europeias, essa iconografia está mergulhada em um regime de visualidade profundamente marcado por uma cultura colonialista (THOMAS, 1994) e imperialista (SAID, 2011).

Visualidade e o novo observador do século XIX

“Visualidade” é um termo que remonta ao século XIX, quando Carlyle o utilizou para definir a “visualização da História” (MIRZOEFF, 2011). Recebendo significativo impulso da obra organizada por Hal Foster nos anos 1980, o termo se popularizou nas ciências humanas das últimas décadas. Em linhas muito gerais, Foster (1988) procurou operar uma distinção entre a visão como fato físico e a visualidade como fato social. Sob essa perspectiva, o conceito de visualidade não se resume simplesmente ao conjunto das “imagens e dispositivos visuais de uma sociedade” (MIRZOEFF, 2011) mas, como bem definem Schiavinatto e Costa (2016, n.p), pode ser entendido como um “processo ativo configurado por governabilidades perpassadas por instituições, comunidades, construção de subjetividades, debates intelectuais, protocolos e sanções de valores e significados, desejos e convencimentos”.

O *boom* da cartofilia na chamada Era de Ouro (de 1900 até a Primeira Guerra Mundial), com a explosão numérica de consumidores e apreciadores de cartões-postais tanto para fins de correspondência quanto de colecionismo, embora seja comumente associado às transformações tecnológicas e econômicas do século XIX, como o incremento das técnicas de impressão e o desenvolvimento da indústria e transporte a vapor, também pode ser compreendido como um sintoma das mudanças culturais que afetaram as relações dos indivíduos com as imagens e, através delas, a construção histórica de subjetividades e sensibilidades. Dentre essas mudanças, destaco a emergência do “sujeito-observador” no século XIX

(CRARY,2012), o surgimento do viajante-romântico e do turista (FABIAN,2013; PRATT,1992) e o Orientalismo como invenção ocidental (SAID,1990).

O novo sujeito-observador da modernidade

No século XIX, indivíduos foram transformados em objetos de observação tanto por meio do controle e vigilância institucionais (FOUCAULT, 1979) quanto pelas lentes dos estudos científico e comportamental (CRARY, op. cit.). Tais transformações, que já vinham sendo operadas antes mesmo do advento da fotografia, forneceram as condições que moldaram o “observador ideal para as tarefas do consumo espetacular” (CRARY, op. cit., p. 27). Esse sistema de consumo visual irá nutrir-se de técnicas “para administrar a atenção”, com vistas à imposição de uma homogeneidade perceptiva no seio da qual nascerá a “sociedade do espetáculo” (DEBORD, 1997). Sob tal contexto, o cartão-postal se tornou um dos produtos ideais para o novo tipo de observador/espectador que surgia no âmbito de uma “economia visual” composta por “indivíduos e instituições que produziam, circulavam e publicizavam imagens” (POOLE, 1997, p. 9). Ao utilizar esse conceito, Poole (op. cit., p. 8) sugere que o campo da visão é organizado de forma sistemática; as imagens se inscrevem em “uma compreensível organização de pessoas, ideias e objetos”.

Seguindo essa trilha, parto da premissa de que não há uma separação clara entre o estudo da materialidade e dos processos visuais (EDWARDS e HART, 2004). O entendimento da lógica de confecção e de comercialização dos postais está intimamente relacionado aos sentidos e esquemas de percepção que afetaram os usos sociais desse material e a maneira como essas imagens foram interpretadas ou apreciadas. Para que se analise os efeitos sociais das imagens-mercadorias, é essencial perceber como a sociedade interage com a materialidade do objeto – entender, por exemplo, por que reproduções de imagens em cartões-postais eram “vendidas, coletadas, trocadas e ofertadas como presente” (EDWARDS e HART, op. cit., p. 2).

Por essa e outras razões, pesquisas desenvolvidas nos últimos anos estão se dedicando ao estudo da indústria postal, suas tecnologias de impressão, técnicas, logística e redes comerciais (GEARY e WEBBS, 1998). Se a

relação entre visualidade e consumo é uma das primeiras chaves para se compreender a eclosão da “cultura postal”, fundada no interesse pelo colecionismo fotográfico, uma segunda via de compreensão das relações sociais que sustentam a eficácia desse produto naquele regime visual (MAUAD, 2015, p. 15) é o entendimento dos laços históricos entre a fabricação e o consumo dos cartões-postais e a construção do imaginário racial, exótico, imperialista/colonialista e nacionalista do final do século XIX e início do XX.

Exotismo e cultura visual de massa

Os padrões de apreciação de imagens comerciais, naqueles idos dos oitocentos e início dos novecentos, seguiam imaginários coletivos europeus que delineavam as expectativas projetadas sobre produtos visuais acerca de povos e regiões de Áfricas, Orientes e Américas. Nesse sentido, vários trabalhos sobre o tema convergem em apontar os mesmos padrões de instituição de um imaginário do mundo “não europeu” e “não branco” que se apresentava pela chave do *exótico*. Para o pensamento ancorado no exotismo, o “Outro” é definido por aquilo lhe falta. O não europeu é visto não como presença e potência, mas fundamentalmente como ausência. Por isso, as descrições sobre o Outro, desde os primórdios da modernidade ocidental, são tipicamente ditas em negativo: “sem lei, sem rei, sem Deus”. (TODOROV, 1989, p. 357).

Segundo uma lógica diferencial e opositiva, o exotismo opera normalmente segundo antípodas que opõem simplicidade e complexidade, selvageria e civilidade, espontaneidade e racionalidade, entre outros. Como o define Todorov (op. cit., p. 356), o exotismo, embora ostensivamente voltado para “fora”, trata menos da valorização do Outro de que de um olhar sobre si mesmo e, portanto, as imagens estereotípicas da alteridade são-lhe satisfatórias: “o conhecimento é incompatível com o exotismo” (Ibid.).

O paradoxo constitutivo dessa lógica é a apreciação do Outro pela via do desconhecimento. A exotização do mundo adota o estereótipo como modo de identificação e representação. Como bem sugere Bhabha (2014, p. 117), o estereótipo como estratégia discursiva, é uma forma fixa de representação que nega o jogo da diferença, e por extensão, dispensa a verificação ou a prova daquilo que afirma como verdadeiro.

Não é por acaso que os produtos devotados à apreciação exótica são normalmente superficiais e pouco alusivos, atendendo mais à fantasia do observador do que propriamente à realidade da existência daqueles grupos ou pessoas retratados. Nesse sentido, falar do “Outro” é necessariamente incorrer em generalizações. O paradigma que rege o exotismo é narcísico. No fim das contas, sempre se fala do lugar de quem observa: “a cena que o viajante tem diante de si - seja ela a das florestas americanas, seja a das pirâmides do Egito - não possui nenhum valor em si mesma, senão pelas imagens que suscitava ao ego” (ESTEVES, 1998, s.p.).

Quando mergulhado em preceitos raciais, o imaginário do exotismo buscava repertoriar, reproduzir, fotografar, transformar em peça expositiva aqueles grupos ou culturas que, em razão de sua suposta “inferioridade” e “primitivismo”, sucumbiriam ao peso da civilização ou seriam apagados em importância dada a sua ineficácia na disputa eugênica do darwinismo social. No final do século XIX, houve uma corrida de viajantes-fotógrafos em busca da captura, pela câmera, de imagens de “africanos autênticos”, distantes, longínquos, apartados e petrificados pela pose fotográfica. O mesmo ocorria no Brasil com os corpos de africanos escravizados e indígenas que eram enquadrados em poses nos retratos de Christiano Junior, Stahl, Henschel, Ferrez e outros. Da mesma forma, podia-se encontrar fotografias ou cartões-postais de “tipos humanos” das Ilhas do Pacífico, dos Andes, da Floresta Amazônica ou da África Subsaariana.

Quando imerso no pressuposto de uma suposta inevitabilidade da marcha do progresso, o imaginário do exotismo produziu o que McClintock (2010, p. 72) denominou de “invenção *do espaço anacrônico*”. Nesse tropo, “a atuação das mulheres, dos colonizados e da classe trabalhadora é negada e projetada[...] num espaço pré-histórico, atávico e irracional, inerentemente deslocado do tempo histórico da humanidade” (ibid.).

A autora recupera os escritos de Benjamin em que este afirma que uma das características centrais do capitalismo industrial do século XIX residia no “uso de imagens arcaicas para identificar o que era historicamente novo na modernidade industrial” (BENJAMIN apud MCCLINTOCK, op. cit., p. 71). Reflexão que reafirma o dito anterior: o exotismo atende aos anseios androcêntricos, etnocêntricos e egocêntricos da cultura europeia na medida em que é um meio para que ela fale de si mesma, dos seus progressos, do seu

“estágio civilizatório”, do quão diferentes os europeus são e estão desses “outros” presos no passado. Nas palavras de Jean-Marc Moura, o exotismo oferecia o “placebo do estrangeiro” (MOURA,1998, p. 11) para “alimentar um quadro vivo de estranheza” (SAID,1990, p. 112).

O viajante romântico e o turista

O tropo exótico foi mobilizado, entre outros fins, para o comércio de imagens em escala internacional. Em fins dos anos 1890, indústrias associadas ao turismo consideravam os cartões-postais um excelente meio de propaganda, o que já levava empresas a estamparem anúncios em seus versos. No início do século XX, quando as impressões se difundiram na iconografia postal, principalmente com a reprodução fotográfica a partir de 1891, cartões passaram a ser vendidos em hotéis, restaurantes, lojas e quiosques de estações de trens e portos (WOODY,1998, p. 13). Vendedores ambulantes a bordo dos navios comercializavam *imagens-souvenirs*, preferencialmente de paisagens e “tipos humanos”, conforme a fruição do exótico tão demandada pelo público acima do Equador. O entusiasmo com o uso dos cartões-postais é cotejado pelo incremento de viagens ao redor do mundo personificadas pela figura do *Globe Trotter*. A efervescência das viagens e a procura por uma apreensão visual do mundo –garantida pela aquisição de postais— nutriam-se da ideologia do viajante ilustrado do século XVIII.

Na era do indivíduo (PRATT,1992, p. 202), esse viajante ilustrado, munido de um impulso enciclopédico próprio do final dos setecentos, encarava a viagem épica, o *Grand Tour* por terras distantes, como uma autorrealização. Como bem descreve Castro: “Se o principal objetivo do *Grand Tour* era adquirir um complemento de instrução[...]. O estrangeiro surgia assim como um lugar de verificação do mundo” (CASTRO,2016, p. 36). Em tempos mais velozes, com a aceleração da mobilidade proporcionada pelos transportes a vapor, as viagens para recantos distantes do globo tornaram possível e plausível a existência de um tipo de viajante cuja intenção estava pautada no prazer, na fruição estética, no incremento da erudição e/ou no crescimento pessoal. Essas viagens sentimentais convergiam com o ideário romântico do século XIX, em seu apreço pela contemplação de ruínas como fragmentos de um

tempo perdido, melancolicamente valorizadas como contraponto às acelerações, transformações e inquietações existenciais advindas com a modernização e o “progresso”.

Nessas narrativas de viagens, pautadas na experiência individual do viajante, os indivíduos não europeus eram, no mais das vezes, considerados apenas como informantes locais, atuando como coadjuvantes em um relato cujo interesse estava focado nas aventuras pessoais e autodescobertas do protagonista. A valorização das ruínas como cenário dessas viagens, ao evocarem um passado que não mais existia, é reveladora do descolamento em relação às populações que viviam no entorno, do desinteresse por aquelas culturas locais que apenas funcionavam como pano de fundo da epopeia narcísica do viajante. Em certa medida, os vestígios arqueológicos materializados em grandiosas ruínas suprimiam os habitantes locais contemporâneos (não europeus) do papel de agentes históricos (PRATT,1992, p. 232-233).

Figura 1 - Meditação. Egito.
Cartão-Postal.



Fonte: Coleção Augusto
Oliveira. Fundação Joaquim
Nabuco.

Pratt procura diferenciar esse tipo de viajante romântico, espécie de turista erudito, do viajante naturalista movido pelo propósito científico de

recolher provas materiais de suas teorias. Ainda assim, é plausível afirmar que mesmo o mais “sentimental” dos viajantes não estava imune nem indiferente ao modo racializado pelo qual a ciência daquele período procurava moldar, classificar e julgar os indivíduos, estabelecendo uma codificação somática da diferença que certamente afetou as percepções do *Grand Tourist* acerca das populações com as quais se deparava. Imbuídos do olhar encharcado de fantasias de exotismo, fundadas em categorias generalizantes como “Oriente” e “Trópico”, esses viajantes também se nutriam de referências que hierarquizavam culturas e sujeitos, reduzindo-os a “tipos raciais” curiosos e cenários pitorescos.

O mundo-souvenir do cartão-postal

O sucesso do cartão-postal, principalmente a partir da sua versão fotográfica (1891), pode ser parcialmente atribuído, dentre outros fatores, à sua aderência social ao imaginário acerca do *Grand Tourist* (SALGUEIRO, 2002). Em fins do século XVIII e início do XIX, a “verificação do mundo”, como parte da educação pessoal, exigia uma presença física, ao passo que, com o advento da iconografia postal, essa experiência de apreensão visual do mundo poderia, em certa medida, ser vivenciada sem que se saísse de casa. O barateamento dos processos de impressão, popularizou a contemplação e a fruição de imagens outrora restritas a seletos estratos sociais. Informada por quadros de referência cuja lógica evolucionista instituía a bipartição do mundo entre civilizados e atrasados, modernos e arcaicos, a geração *fin-de-siècle* se habituou a uma didática das imagens, ao seu poder como prova do conhecimento -o conhecimento está no que salta aos olhos- e como meio privilegiado de apreensão e conhecimento do mundo. Considerados espelhos reversos do progresso e da civilização, ao mesmo tempo que objetos de entretenimento curioso e de fruição estética, paisagens naturais, ruínas e modos de vida classificados como arcaicos alimentavam a autoexaltação etnocêntrica dos europeus e norte-americanos, na medida em que bipartiam o mundo entre o “nós” e “eles”, entre o mundo civilizado, do progresso, e o mundo dos impérios da barbárie e da vida selvagem. A um só tempo exaltados pela beleza exuberante e alvos de estranhamento, esses componentes exóticos constituíam marcas da produção visual do período.

Vistas como apartadas do devir histórico, como destinadas ao desaparecimento, diluição ou assimilação, culturas não europeias e seus *representantes-tipo* eram materializados em peças imóveis e anacrônicas que inundavam os gabinetes pessoais de curiosidades e as galerias de museus e exposições. O colecionismo de cartões-postais, assim como de estampas e selos, era a face mais barata e acessível da “compulsão fetichista a colecionar e exibir que dava forma ao museu imaginário do empirismo de classe média” (MCCLINTOCK, op. cit., p. 71). Com a prática de colecionar em voga, muitas empresas empenhavam-se em contratar fotógrafos para capturar imagens que atendessem a essa demanda. Da mesma forma, contratavam artistas locais para pintarem ruínas e paisagens aos moldes da pintura orientalista que era já bastante popular naquela época e que, juntamente com as representações de “tipos humanos”, compunham a gramática visual da antropologia do período, a mesma que norteava as preferências dos colecionadores de postais.

Cientes das oportunidades que o mercado dos cartões-postais poderia oferecer, fotógrafos procuraram adaptar suas produções a esse novo tipo de produto. Muitos deles tornaram-se editores de seus próprios cartões-postais. Fotógrafos bastante conhecidos no Brasil do início do século XX – como Guilherme Gaensly, Augusto Malta e Marc Ferrez - reproduziam e comercializavam cartões-postais a partir de suas fotografias de vistas e tipos (DALTOZO, 2006, p. 27). Já no Senegal, o fotógrafo Edmond Fortier editou mais de 3.000 tipos de cartões-postais da África do Oeste (MOUREAU, 2015). O mercado de “tipos humanos” e de vistas mobilizou uma indústria de grande porte e milhões de cifras. Para que se tenha uma ideia, o ateliê tipográfico Bergeret, na cidade francesa de Nancy, produzia, em 1905, uma média de 100 milhões de postais (MOREAU, op. cit., p. 47). Grandes empresas de edição e distribuição abriram filiais em cidades africanas, asiáticas e americanas. Alguns fotógrafos locais foram atraídos pelas oportunidades de participar do mercado internacional de cartões-postais. Diversas casas tipográficas espalhavam agentes pelo globo para recolher imagens em negativo e positivo, gravando-as para fabricar, na Europa, as matrizes de impressão de cartões-postais. O conceito de economia visual, como o concebe Poole (1997), abre portas para uma reflexão mais aguda acerca dos “canais globais -ou ao

menos transatlânticos- pelos quais as imagens (e os discursos sobre as imagens) circulavam entre Europa, África e Américas” (POOLE,1997, p. 8).

Imagens impressas e cambiáveis são resultantes de esquemas de representação visual socialmente compartilhados que constituem, por seu turno, poderosos instrumentos de formação de subjetividades. Tais códigos culturais de classificação e apreciação de outros grupos sociais foram agenciados de diferentes maneiras por elites marcadas pela visão de mundo eurocêntrica, mesmo quando situadas em espaços não europeus. Esses grupos sociais, cujo capital cultural se nutria de influxos linguísticos e intelectuais franceses e ingleses, eram frequentes espectadores de Exposições Universais (verdadeiros espetáculos coloniais de diferenciação e hierarquização das “raças”), compravam revistas ilustradas e trocavam *cartes de visite* e cartões-postais de Orientes e Áfricas, consolidando e reproduzindo assim um imaginário sobre povos distantes e grupos sem ascendência europeia.

Se as teorias antropológicas de cunho racial foram abraçadas por intelectuais e instituições estrangeiras e brasileiras, o mesmo ocorreu em outras esferas sociais de consumo popular: no ramo do entretenimento visual (*imagem - espetáculo*), a exemplo dos zoológicos humanos e Exposições Universais, e na compra e colecionismo de produtos visuais (*imagem-objeto*), como fotografias e postais, que corporificavam a *vulgata* dessas teorias.

As escolhas e preferências subjacentes às imagens presentes na iconografia postal da coleção Augusto Oliveira, assim como os escritos recebidos pelos seus correspondentes, dizem menos sobre sua biografia pessoal do que sobre o regime cultural de visualidade no qual ele estava inserido. Em outras palavras, esse material é uma fonte riquíssima para se pensar o estabelecimento de redes transnacionais de circulação e reprodução de estereótipos de cunho exótico/racial/ gêndrico, circuitos globais de imposição de sentidos, convenções estéticas e representações assentados em um oceano comum.

Amizade postal. Madame Borg e Augusto de Oliveira

Era para uma caixa postal, situada na Rua do Bom Jesus, um dos mais antigos logradouros do bairro do Recife, que chegavam os postais destinados

a Augusto F. de Oliveira³ entre os anos de 1906 e 1908. A poucos metros do porto da cidade, a rua está fincada no coração de um bairro que, nos primeiros anos do século XX, passava por transformações urbanas similares àquelas então transcorridas no Rio de Janeiro, que envolviam a modernização dos portos e a atribuição de ares parisienses ao traçado urbano. Era o auge da *Belle Époque*, onde restaurantes com menus afrancesados despontavam nas capitais, onde também emergiam lojas de artefatos com os mais diversos nomes como “Botica Francesa” - cujas letras, desenhadas com pedras cravadas no chão, ainda se encontram na atual rua do Bom Jesus, como testemunhas de um tempo em que os modelos de sociabilidade e consumo das elites se voltavam para a tão famosa “cidade luz”.

Em meio a este cenário, não faltavam cartões-postais que chegavam no porto vindos da Europa, fossem como produtos para venda, fossem como já comprados por turistas naquelas terras. Cartões nos quais se viam estampadas, por exemplo, coquetes, crianças, paisagens, ilustrações e fotos da Torre Eiffel, poses encenadas de casais enamorados sob um cenário de *Art Nouveau* ao fundo, além de cartões artísticos e os chamados cartões etnográficos.

Do Cairo para o Recife

Os cartões-postais endereçados a Augusto Oliveira pela correspondente Borg são, em sua maioria, escritos em francês (os restantes estão em inglês). Os primeiros cartões são formais e, aos poucos, vão se tornando mais amicais, escritos de modo mais descontraído. Juntamente com Augusto Oliveira, vamos descobrindo um pouco sobre a vida e identidade da mulher que ora assinava com Madame (Mme), ora com a inicial “J.” Borg. Em um dos cartões, foi possível encontrar assinatura do seu nome pessoal: Jeanne. Ela comenta, em tom bem-humorado, que Augusto havia se

³ A princípio, pensei que se tratava do deputado Augusto Frederico de Oliveira, filho de um comerciante de escravos que era um dos homens mais ricos de Pernambuco, o Barão de Beberibe. No entanto, fontes indicam que Augusto faleceu em fins da década de 1870, décadas antes da correspondência postal da coleção, o que inviabiliza a hipótese. De resto, o deputado Augusto Oliveira não teve filhos, enquanto o Augusto colecionador, dono da coleção de postais, era casado e pai de duas crianças, segundo indica um dos cartões-postais enviado por Borg em 1907, no qual ela agradece a Oliveira por ter lhe enviado, junto a uma mensagem de fim de ano, uma foto de sua família.

enganado ao considerá-la uma parisiense, quando, na verdade, ela era belga.⁴ Vivia no Cairo com seu marido, que trabalhava há dez anos em uma das maiores casas de comércio no Egito, a Walker & Meimarchi.

Nas primeiras décadas do século XX, morar em uma cidade como o Cairo significava, para um colecionador de imagens, ter diante de si um meio de atração para os interessados em produtos visuais do Egito Antigo. O século XIX e o início do XX testemunharam as febres da “egiptologia” - representações acadêmicas do Egito -, “egiptofilia” - colecionismo de objetos e imagens do Egito - e “egiptomania” - artes decorativas com temas egípcios (BAKOS, 2007). Impulsionados pela viagem de Napoleão ao Egito em 1822 e pelo deciframento dos hieróglifos por Champollion em 1824, os adeptos da paixão pelo Egito tornaram-se ávidos consumidores de novos tipos de produtos visuais, entre os quais os cartões-postais ilustrados. No Brasil, a egiptofilia e a egiptomania foram estimuladas pela figura do Imperador Pedro II. Ao viajar para o Egito em 1871, tornou-se o precursor do turismo brasileiro na terra dos faraós. Em seu retorno, impulsionou o gosto por peças e imagens do Egito Antigo bem como pela egiptologia (SCHWARCZ, 2009).

No caso do conjunto de representações imagéticas presentes nos cartões-postais, as reproduções pictóricas e fotográficas do Egito Antigo fundiam-se a outro imaginário: o Orientalismo, conjunto de “suposições, associações e ficções” (SAID, 1990, p. 65) que compunham o Oriente como “comunidade imaginada” pelo Ocidente. Um papel de vulto nessas representações era desempenhado, por exemplo, por arquétipos femininos fantasiosos como o da imagem da odalisca. Como estereótipo⁵, a representação da odalisca poderia se metamorfosear em dançarinas do Egito ou mesmo da Índia (BELMENOVAR e COMBIER, 2007, p. 20). Assim, em um cartão ilustrado com reprodução de uma pintura orientalista, cuja legenda indicava “A vida no Serail”, Mme. Borg avisava ao seu destinatário brasileiro: “Senhor. Por este correio envio-lhe 12 cartões da vida e do interior dos Haréns”⁶. O harém, cenário das fantasias ocidentais acerca do mundo islâmico, foi um

⁴ Mme. Borg. 28/3/1907.

⁵ O estereótipo, pensado como elemento-chave de subjetificação do discurso colonial segundo a perspectiva pós-estruturalista de Bhabha (2014, p. 130), não consiste propriamente em uma falsa representação da realidade, mas em uma simplificação fundada em “uma forma presa, fixa de representação.”

⁶ J.Borg. 16/6/1907. Tradução do francês.

tema recorrente que mobilizou artistas e fotógrafos sequiosos de revelarem os interiores ao público externo.

Em diferentes datas, a presença de temas como ruínas, templos e haréns ocupa boa parte da iconografia dos cartões enviados a Augusto Oliveira. A maioria são reproduções de pinturas assinadas por pintores poucos conhecidos, certamente locais, elaboradas segundo as convenções estéticas do Orientalismo então em voga, inclusive no Brasil. Outros reproduziam telas e gravuras de pintores orientalistas europeus, um dos quais pôde ser identificado pelo estilo e assinatura: o pintor e ilustrador italiano Fabio Fabbi (1861-1946).

Uma quantidade significativa dos cartões da coleção de postais recebidos pelo colecionador brasileiro é formada por fotocromos de “tipos e cenas”. Essa técnica de impressão, muito popular no período, consistia em utilizar o negativo fotográfico como base para a impressão litográfica. Várias indústrias tipográficas patenteavam aprimoramentos dessa técnica, inserindo pluralidades de tons que tornavam o produto cada vez mais atraente aos olhos dos consumidores. Sua produção estendia-se aos milhares, tornando-se uma verdadeira febre durante a chamada *Era de Ouro* dos postais.

Figura 2 - Uma rua de Hanoi. Anuário Colonial.
Fotolitografia policromada. Cartão- Postal.

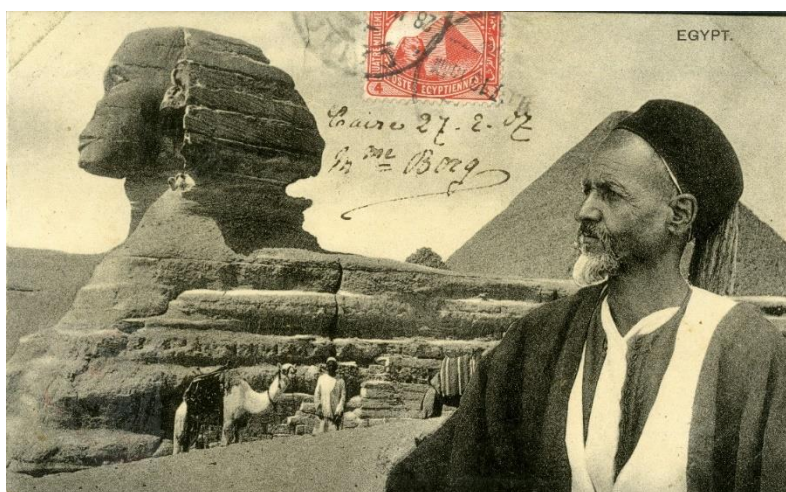


Fonte: Coleção Augusto Oliveira. Fundação Joaquim Nabuco.

Já os cartões fotográficos em preto e branco eram mais raros, porém bastante demandados. Em um deles, Borg se queixa da escassez desse tipo de reprodução fotográfica: “Gostas desse gênero de cartão? Eu gosto

bastante, mas creio que não há mais que 15 clichês no total. Lamentável.”⁷ A produção de postais fotográficos era um processo mais custoso e, por essa razão, muitos editores locais utilizavam a técnica de foto-cromolitografia que mantinha a riqueza de detalhes somada à colorização artificial que caía bem no gosto e no bolso populares, em um tempo em que não existiam fotografias coloridas. Pelo mesmo processo litográfico, alguns editores costumavam elaborar fotomontagens sobrepondo imagens de tipos populares e paisagens ao fundo.

Figura 3 - Egito. Cartão-Postal. Fotolitografia monocromada.



Fonte: Coleção Augusto Oliveira. Fundação Joaquim Nabuco.

Se, no século XIX, era comum homens e mulheres posando em estúdio diante de cenário com pinturas que reproduziam paisagens, a nova tecnologia de impressão possibilitava a utilização de montagens onde se intercalavam diferentes recortes. Encaixadas no gênero do cartão-postal, tais montagens tinham como finalidade principal fornecer informações, mesmo que superficiais, sobre determinada cidade ou país: amostras da geografia e cultura locais, bem como de suas gentes. Por essas e outras razões, os editores tinham um papel crucial na produção das imagens. Processos editoriais, como as escolhas dos títulos de legendas ou a seleção de cores na cromofototipia, não podem ser compreendidos pela simples descrição da técnica empregada, já que eram reveladoras dos valores e percepções que

⁷ Mme. Borg. 29/5/1907. Tradução do francês.

esses editores portavam e nos quais se baseavam para estabelecer uma eficácia comunicativa com o público consumidor.

Embora apresentassem todo tipo de manipulação, desde a captura da imagem -pose e cenários- até a edição final, os cartões fotográficos, além de serem uma novidade, conferiam um status de verossimilhança que alimentava a imaginação dos consumidores. Em meio a essas representações de corpos femininos, fotografias de mulheres desnudas portando apenas o véu eram comuns na forma de cartões-postais destinados majoritariamente para cartofilistas. O corpo, apropriado em imagem consumível aos olhos, era a materialização da última fronteira simbólica a ser conquistada no (des)encontro colonial. Alguns desses postais foram enviados por Borg a Oliveira em uma série onde estavam outras fotografias de mulheres egípcias. Na imagem específica da mulher nua em pose sensual, cujas partes íntimas estavam cobertas apenas com um pedaço de tecido semitransparente, a legenda indicava a atribuição genérica: “mulher egípcia”. Assinadas com o nome Reisner, provavelmente o fotógrafo (por sinal, presente em todas as séries fotográficas do Egito enviadas por Borg), as imagens mostram no canto a sigla S.I.P, indicação de *Société Industrielle de Photographie*, uma casa de edição francesa.

Figura 1 - Mulher Egípcia.
Cartão-Postal.



Fonte: Coleção Augusto
Oliveira. Fundação Joaquim
Nabuco.

A legenda “mulher egípcia”, ao incorporar o rótulo etnográfico dos “tipos”, conforme analisa Alloula (1986), supostamente induzia o olhar desinteressado sobre aqueles corpos, pondo, assim, um outro “véu”, que ocultava as finalidades do comércio de imagens exótico-sexuais. Essa abordagem parece evidente no fato de que Borg, mulher em tempos vitorianos, trata com indiferença as imagens de nudez sensual feminina não europeia presente nos cartões-postais. Belmounar e Combier (2007, p. 11), ao estudarem cartões-postais que exibiam o estereótipo das “mouras” ou “mouriscas” da Argélia, cartões similares aos das egípcias, chamam atenção para o fato de que as imagens de mulheres nuas ou seminuas em poses sexualizadas são curiosamente enquadradas à maneira de “retratos familiares, legendados sob nomenclaturas vagamente geográficas ou étnicas”.

Nos primeiros cartões de 1906, a correspondente do colecionador pernambucano procura registrar-lhe as preferências: “você ama as antiguidades talvez ame reproduções de múmias[...]estátuas etc.”⁸

⁸ Mme Borg.2/1/1906.Tradução do francês.

Paralelamente aos cartões ilustrados com reproduções artísticas e fotográficas de odaliscas e mulheres no harém, não faltam paisagens de sítios históricos do Egito Antigo acompanhadas de tipos populares em situações cotidianas, como homens em prece no deserto, um menino tomando banho em um riacho e outras imagens “pitorescas” do cotidiano. Em um desses cartões, com a pintura impressa de uma “*Arabic School*”, Borg escreve no verso:

Muito primitivas as escolas árabes! Mas ao menos não tanto como aquelas no Senegal. Eu recebi um exemplar hoje. Os estudantes todos em vestimentas mais que primitivas!! Eles não as usam de forma alguma! Estes aqui ao menos são decentes.⁹

A colecionadora belga não escapa à cartilha imperialista/colonialista da época que cindia o mundo entre “civilizados” e “primitivos”, brancos e negros, estabelecendo ainda um *continuum* hierárquico com diferentes graus de “civilização” e “primitivismo”. Além dessas múltiplas cisões na episteme e no vocabulário, era comum os europeus traçarem fronteiras e linhas divisórias imaginárias entre a África do Norte, o chamado “Maghreb”, e a África Subssariana (M´BOW,2010; EL QADÉRY,2010): geografias da epiderme e geografias político-culturais. Em outras palavras, eram pressupostas hierarquias fenotípicas e civilizatórias que separavam a África do norte - “mais civilizada” pela presença islâmica e pelos impérios do Levante - e a chamada “África Negra” - considerada, de forma genérica, como selvagem e primitiva. Na África Negra, aquela episteme identificava subdivisões: a chamada África do Oeste também foi imaginada/classificada pelo crivo orientalista europeu como o “Islam Negro”, entre os idos dos anos 1890-1920.

Essas hierarquias também se estabeleciam pelo crivo biológico, em uma espécie de escala na qual a apreensão visual da cor era decisiva como critério de civilização e até mesmo de beleza transformada em objeto de apreciação e deleite (MCCLINTOCK, op. cit.; LE BIHAN, 2006). Mulheres da região do Sudão e do Sahel, malinkés, peuls, tuaregs, por exemplo, eram apresentadas em poses erotizadas nos cartões-postais, diferentemente de povos como os khoisans (ao qual pertencia Saartjie Baartman) ou os massais, cujas mulheres eram expostas nas fotografias como curiosidade etnográfica,

⁹ J. Borg.30/7/1908. Tradução do francês.

normalmente em atividades cotidianas como amamentação e afazeres domésticos.

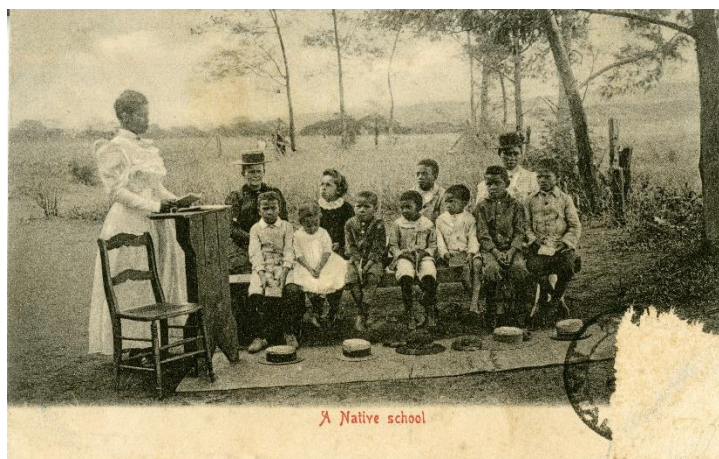
O poder da imagem que “congela” um povo em uma reprodução, reduzindo-o ao estereótipo, pode ser exemplificado nas palavras de Borg. Ela se utiliza de um cartão recebido sobre o Senegal, enviado por outro correspondente, para tecer percepções comparativas sobre o “primitivismo” da escola senegalesa face à escola árabe do Egito “ao menos decente”. Nesse caso, o critério de decência e vestimenta, típico da sociedade vitoriana, foi acionado para constituir a percepção sobre o “Outro”. Outro cartão enviado à Augusto Oliveira, desta vez por um remetente da África do Sul, segue a mesma cartilha do colonialismo/exotismo. Em um cartão ilustrado por uma fotografia litografada, a legenda “native school” mostrava uma sul-africana negra vestida em trajes vitorianos ensinando inglês para crianças também vestidas em trajes europeus. No verso, o(a) remetente de sobrenome Grace assinalava: “Essa vista mostra nativos sendo ensinados no inglês e outras coisas. Eles se veem muito engraçados com roupas europeias.”¹⁰

Ao lado de imagens de paisagens, ruínas e indivíduos “exóticos”, circulavam imagens que exerciam o papel de propaganda da “missão civilizadora”: fotografias de missões religiosas, de escolas coloniais com imagens de africanos aprendendo língua e cultura europeias - “escolarizados para a servidão”(MALISA e MISSEDJA, 2019) ou, como afirma Fanon (2008, p. 132), “sendo obrigados a repetir que seus ancestrais são gauleses”¹¹ -, além de gravuras e fotografias de obras de infraestrutura como portos e outros edifícios da administração colonial. Como mecanismos ideológicos, essas imagens forneciam justificativas visuais para a colonização da África sob a égide do discurso hierárquico do progresso.

¹⁰ Grace(?). 30/5/1908. Tradução do inglês.

¹¹ Embora Fanon estivesse se referindo às Antilhas, o modelo e o currículo das escolas francesas eram reproduzidos nos chamados territórios de Além-Mar, nos quais estavam incluídas regiões do continente africano.

Figura 5 - Uma escola nativa. África do Sul.
Fotolitografia monocromada. Cartão-Postal.



Fonte: Coleção Augusto Oliveira. Fundação Joaquim Nabuco.

Uma delas, enviada por Borg a Oliveira, apresentava um fotocromo de uma barragem do Nilo próxima ao Cairo. Embora não estivesse identificado o nome do autor da fotografia-base dessa imagem, uma busca em acervos me permitiu identificá-la como sendo de autoria de Félix Bonafils em 1877. O fotógrafo francês abriu um estúdio no Líbano, destacando-se por ser um dos primeiros fotógrafos a produzir clichês em larga escala sobre o Oriente Médio, em especial o Egito, os quais eram vendidos a editores locais. No verso, Borg descreve com entusiasmo a barragem como a “chave do Nilo!”. Em seguida, menciona a sua importância sem deixar de ressaltar que nela trabalhou-se dia e noite, que “foi construída pelos franceses, mas agora pertence aos ingleses.”¹²

As trocas entre Borg e Oliveira eram bastante frequentes, e as remessas eram enviadas em curto espaço de tempo. A pedido da correspondente do Cairo, Oliveira enviou-lhe vários cartões com vistas e “tipos” do Brasil, seguidos de explicações tão pormenorizadas que lhe renderam vários elogios da “amiga correspondente”, como assim ela se intitula em um dos cartões. Em algumas remessas, o brasileiro, que trabalhava no Recife, chegou a enviar 15 cartões com vistas de Pernambuco e 18 do Rio de Janeiro.¹³ Borg não lhe poupou elogios: “Os cartões são tão belos que[...]comprei um pequeno álbum de 200 cartões para colocar os seus absolutamente separados.”¹⁴

¹² Mme. Borg. 19/7/1907

¹³ Borg atesta o recebimento de 33 cartões. 16/6/1907

¹⁴ Mme Borg. 21/4/1907

Augusto Oliveira já era um colecionador conhecido nos círculos da cartofilia internacional. Era membro permanente de um dos clubes mais prestigiados de colecionismo postal: O *Cosmopolitan Correspondence Club* (C.C.C), uma associação internacional de colecionadores fundada em 1900 em Milwaukee (Wisconsin- USA), da qual Oliveira era membro vitalício. Formada por colecionadores de selos, de cartões-postais ilustrados e de fotografias amadoras, a associação abrigava uma quantidade não negligenciável de brasileiros e brasileiras. Em uma das correspondências postais, Mme. Borg agradece o convite de Augusto para integrar o seletto clube, porém afirma que o fará posteriormente, pois, naquele momento, tinha 200 cartões de seus amigos correspondentes para responder.

O C.C.C.¹⁵ e o espírito *Globe Trotter*

A participação de Oliveira no Clube norte-americano possibilitava-lhe o acesso a correspondentes do mundo inteiro. Uma parte significativa da sua coleção é composta por emissários que enviavam cartões representativos de seus países propondo-lhe trocas com cartões do Brasil. Cada membro do clube tinha um número e seus endereços ficavam estampados nas páginas de uma publicação trimestral distribuída aos participantes com o título *The Globe Trotter*. A maioria dos cartões apresentava apenas carimbos no verso e/ou assinaturas; outros, breves textos nos quais os cartofilistas diziam suas preferências de ilustrações dos cartões.

Impulsionado pelo africanismo e orientalismo daquele período, exotismos que permeavam o imaginário burguês da *Belle Époque*, Oliveira tinha uma preferência pelos correspondentes de áreas mais distantes do globo. Assim como Borg, uma boa parte são europeus instalados nessas regiões da Ásia e da África que estavam, em grande parte, sob domínio ou sob zona de influência de metrópoles coloniais europeias. Entre os que enviaram cartões para o brasileiro, alguns eram colecionadores individuais e outros eram agentes de empresas especializadas em envio de postais para colecionismo. Um exemplo é Paul Lellouche, que enviava cartões de cenas e tipos do deserto do Saara com um carimbo no verso. Seu escritório ficava

¹⁵ Agradeço ao meu colega e colecionador Henrique Cruz por me ajudar a identificar a sigla CCC.

próximo a Alger, na Argélia. A maioria, porém, era de particulares que deixavam apenas a assinatura, alguns recados e breves explicações sobre os locais e/ou indivíduos retratados nas imagens dos cartões.

Um desses colecionadores pertencentes ao C.C.C, em um cartão ilustrado por litografia colorida de uma vista de Xangai, desculpava-se pelo atraso em responder pois estava há dois meses no Japão. Outros cartões eram enviados das colônias asiáticas da França, como a antiga Indochina. A maior parte das localidades fotografadas e impressas nos postais compunha a geografia do colonialismo europeu: em uma fotografia colorizada de um mercado de Saint-Louis, no Senegal, aparecia a denominação “colônias francesas” no topo da imagem, em uma outra fotolitografia estampada no cartão, administradores coloniais eram retratados sendo carregados em uma liteira em Madagascar por populações locais. Alguns cartões apresentavam cenários da exploração do trabalho e dos recursos naturais nas colônias, a exemplo de trabalhadores posando para a foto em uma pedreira no Congo, ou diante de uma floresta devastada para a abertura de uma estrada em Tenggarong, Indonésia.

Outro correspondente, em um cartão enviado do Ceilão, ao comentar a fotografia colorizada de uma “mulher Tamil”, escreve no verso agradecimentos a Oliveira pelo envio de postais: “Obrigado por seus cartões, eles mostram um Brasil não tão diferente do Ceilão em cenários naturais.”¹⁶ Certamente as imagens impressas nos cartões do correspondente brasileiro compunham a seleção de imagens preferenciais reproduzidas em fotografias e gravuras editadas no Brasil, as quais seguiam convenções escópicas do regime de visualidade da época: panoramas urbanos, paisagens naturais e tipos humanos.

¹⁶ Tradução do inglês. Assinatura incompreensível. Cartão datado de 8/8/1908

Figura 6 - Mulher Tamil.
Ceilão. Fotolitografia
policromada. Cartão-postal.

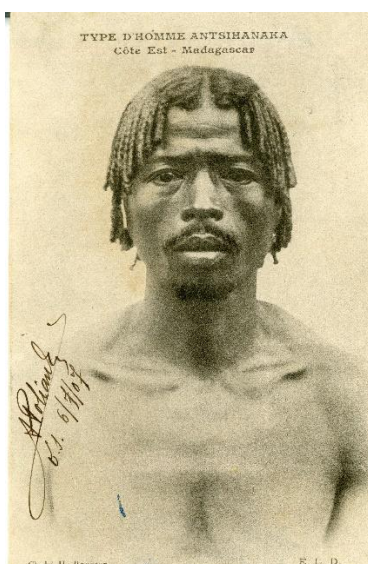


Fonte: Coleção Augusto
Oliveira. Fundação Joaquim
Nabuco.

O gosto pela apreensão visual de terras distantes compunha os desejos do *Grand tour* do viajante do século XIX. Com ilustrações postais, Oliveira podia ser um *globe trotter* sem sair do seu escritório na rua do Bom Jesus. Se, como nos diz Sontag (2004, p. 126), as câmeras “miniaturizam a experiência, transformam a história em espetáculo”, o brasileiro tinha diante de si o espetáculo do mundo visualmente “conquistado” pelo olhar: retalhado em miniaturas de gentes, lugares e culturas dispostas e expostas em álbuns. O final do século XIX presenciou uma nova experiência no encontro com outras culturas: a experiência do turista, para quem importavam mais imagens e menos palavras. Aquele que, diferentemente dos viajantes com suas longas narrativas científicas, missionárias ou expedicionárias, viajava por prazer. Nesse mesmo espírito, o colecionador de postais tinha prazer em visualizar e colecionar registros de cenários distantes tanto no tempo quanto no espaço. Para tanto, bastavam-lhe informações superficiais com vistas e tipos panorâmicos. Sob essa perspectiva, o cartão-postal produzia experiências em que fotografias e ilustrações eram acompanhadas de algumas notas sobre os personagens ou lugares mostrados.

Do mesmo modo, cartões-postais de (estereó)tipos ocupavam boa parte dos interesses dos cartofilistas internacionais que buscavam, nas reproduções visuais dos corpos, marcas biológicas e culturais. No caso dos africanos, as fotografias etnográficas compunham o repertório majoritário das imagens da África negra, marcado pela estigmatização racial. Poses em perfil lembravam as fotografias científicas e, em muitos casos, os fotógrafos atuavam como fornecedores de clichês para ambos os tipos de público: os colecionadores de postais e os cientistas dos museus e laboratórios europeus e norte-americanos.

Figura 7 - “Tipo de homem Antsihanaka”. Costa Leste-Madagascar. Fotolitografia monocromada. Cartão Postal.



Fonte: Coleção Augusto Oliveira. Fundação Joaquim Nabuco.

Em um cartão enviado de Dacar, o remetente, com sobrenome Vallete, demandava cartões de vistas do Brasil e prometia o envio de “tipos senegaleses homens e mulheres”. No anverso, a legenda indicava: Guinée, (Fouta Djallon), escrita entre parênteses. No caso, tratava-se do antigo império fulani do Futa Jalom, que havia sido anexado ao domínio colonial francês em 1896. Na imagem, o chefe, o *Almany* (rei) de Timba, posava para a câmera com suas mulheres. Esse tipo de foto também era muito utilizado para exotizar

culturas não ocidentais, principalmente as islâmicas. A fotografia reproduzida no postal é uma das centenas tiradas pelo fotógrafo Fortier durante suas viagens pela África do Oeste. Com um estúdio sediado em Dacar, o retratista francês se notabilizou pelas milhares de imagens de cenas e tipos, reproduzidas em séries numeradas cujas tiragens alcançavam cifras milionárias (MOUREAU, 2015).

As reproduções de imagens de “tipos brasileiros” também eram requeridas para o nosso colecionador brasileiro. Em resposta ao envio de cartões por Oliveira, um colecionador da cidade de Beira, em Moçambique, escreveu:

Recebi teus bonitos cartões que amavelmente me enviaste. Como[...] a minha coleção já se acha muito enriquecida com postaes de vistas do Brazil, peço-vos, encarecidamente, o favor de me enviar apenas cartões coloridos com bonittos typos de mulheres. Em troca vos remeterei o gênero que quiserdes.¹⁷

Conclusão

As convenções e a curadoria dos editores de postais seguiam o repertório referencial de um regime de visualidade imperialista (MIRZOEFF, op. cit.) que padronizou e fixou percepções sobre um mundo fundado em lentes eurocentradas. A linha de reflexão aqui apresentada sobre a iconografia postal da coleção Augusto Oliveira, procurou evidenciar e analisar alguns dos elementos-chaves da cultura visual do período sob diferentes nuances. No âmbito estético, foi possível observar a reprodução das convenções imagéticas da geografia imaginativa do período: o apreço pelas vistas panorâmicas, a monumentalidade dos cenários com técnicas de perspectiva incorporada das artes plásticas, o apreço pelas ruínas e paisagens naturais contrastadas com panoramas urbanos, portos, barragens e estradas, obras da “civilização ocidental”. Na esfera ideológica, o entrelaçamento da produção e consumo das imagens à fabricação de sentidos impostos pela cultura imperialista etnocêntrica e racializada, ancorada na cartilha da apologia do progresso e na hierarquização de povos e culturas, promoveu uma espécie de curadoria de imagens de corpos e culturas permeada por assimetrias de

¹⁷ C.C.C 3265. Beira, Moçambique. Em português, s/d.

poder e relações de dominação que ocultaram subjetividades dissonantes e excluíram narrativas visuais fora dos moldes da cultura ocidental.

Observar a documentação iconográfica dos cartões-postais, com ênfase no “campo social do visual” (MITCHELL, 2017, p. 186), permitiu uma reflexão mais ampla sobre como regimes de “visibilidades e discursividades” coloniais “tornaram possíveis (e plausíveis) *processos de subjetivação*” pautados na adesão aos estereótipos (BHABHA, op. cit., p. 118). No entanto, apesar de adotarmos uma abordagem mais centrada nos dispositivos sociais que atravessaram sensibilidades, percepções, apreciações e significados sobre as imagens, não foram desconsideradas as particularidades biográficas, bem como as motivações e experiências subjetivas dos apreciadores desses produtos visuais.

Sob esse aspecto, as trocas epistolares entre Borg e Oliveira dão testemunho de um interesse genuíno em apreender e aprender – sem necessariamente compreender- as culturas e povos do mundo, interesse atrelado também ao prazer em contemplar a beleza de diferentes paragens e paisagens. O conjunto de imagens que permitiu a estes admiradores de postais dar a volta ao mundo sem sair de casa, por outro lado, revelou um mundo visível extremamente padronizado, estereotipado e amarrado aos esquemas visuais impostos pelo mercado das imagens e, sobretudo, pela colonialidade do olhar sobre corpos e culturas transformadas em espetáculo.

Referências Bibliográficas

ALLOULA, M. **The Colonial Harem**. Minnesota: University of Minnesota Press, 1986.

BAKOS, M. A Egiptomania na América do Sul: um estudo multidisciplinar e comparativo. In: **XXIV Simpósio Nacional de História**. História e Multidisciplinaridade: territórios e deslocamentos. São Leopoldo (RS):UNISINOS, 2007.

BHABHA, H. K. **O local da cultura**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2014.

BELCHIOR, E. de O. Introdução. In: BERGER, P. **O Rio de Janeiro no cartão-postal, 1900-1930**. Rio de Janeiro: Rio Arte, 1986.

BELMENOVAR, S.; COMBIER, M. **Bons baisers des colonies**: images de la femme dans la carte postale coloniale. Paris: Éditions Alternatives, 2007.

CASTRO, M. O Viajante Romântico e o Apelo da Ruína. **ARTIS** - Revista de História da Arte e Ciências do Patrimônio. N. 4, 2016, pp. 34-41.

DALTOZO, J. C. **Cartão-Postal: arte e magia.** Presidente Prudente (SP): Gráfica Cipola, 2006.

EDWARDS, E.; HART, J. **Photographs, Objects, Histories: on the materiality of images.** New York: Routledge, 2004.

DEBORD, G. **A sociedade do espetáculo.** Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

EL QADÉRY, M. L'Afrique a-t-elle perdu le Nord? Le Maghreb et ses dichotomies coloniale. **Cahiers d'études africaines**, 198-199-200, 2010, pp. 731-754.

ESTEVES, P. L. M. L. Paisagens em Ruínas: Exotismo e Identidade Nacional no Brasil Oitocentista. **Dados**, Rio de Janeiro, v. 41, n. 4, 1998, pp. 831-862.

FABIAN, J. **O tempo e o Outro: como a antropologia estabelece seu objeto.** Petrópolis, RJ: Vozes, 2013.

FANON, F. **Pele negra, máscaras brancas.** Salvador: Edufba, 2008.

FOUCAULT, M. **Microfísica do poder.** Rio de Janeiro: Graal, 1979.

GEARY, C. M. Different Visions? Postcards from Africa by European and African Photographers and Sponsors. In: GEARY, C. M.; WEBB, V. (Orgs.) **Delivering Views: distant cultures in early postcards.** Washington, D.C. : Smithsonian Institution Press, 1998, pp. 147-177.

MACCLINTOCK, A. **Couro Imperial: raça, gênero e sexualidade no embate colonial.** Campinas: Editora da Unicamp, 2010.

M'BOW, A.-M. Prefácio. In: BAHEN, A.A. (Org). **História Geral da África VII: África sob dominação colonial, 1880-1935.** Brasília: UNESCO, 2010.

MALISA, M.; MISSEDJA, T.Q. Schooled for servitude: The education of african children in british colonies, 1910-1990. **Genealogy**, 3, 440, 2019, pp. 1-12.

MAUAD, A. M. Fotografia pública e cultura visual em perspectiva histórica. **Revista Brasileira de História da Mídia**. v. 2, n. 2, 2013, pp. 11-19.

MIRANDA, V. C. de. **Saudades de um Brasil Antigo: a fotografia nos cartões-postais da biblioteca Oliveira Lima.** Rio de Janeiro: Capivara, 2011.

MIRZOEFF, N. **The right to look: a counterhistory of visibility.** Durham & London: Duke University Press, 2011. *E-book*.

MITCHELL, W. J. T. O que as imagens realmente querem? In: ALLOA, E. (Org). **Pensar a imagem.** Belo Horizonte: Autêntica, 2017. pp. 165-190.

MOREAU, D. **Viagem a Timbuktu: fotografias da África do Oeste em 1906.** São Paulo: Literart, 2015.

MOURA, J. M. **La litterature des lointains : histoire de l'exotisme européen au XXe siècle.** Paris: Champion, 1998.

POOLE, D. **Vision, Race and Modernity: a visual economy of the andean image World,** Princeton, New Jersey: Princeton University Press, 1997.

PRATT, M. L. **Os Olhos do Império: relatos de viagem e transculturação.** Bauru: Edusc, 1999.

RYDELL, R. W. Souvenirs of Imperialism: world's fair postcards. In : GEARY, C. M.; WEBB, V.(orgs.). **Delivering Views**: distant cultures in early postcards. Washington, D.C. : Smithsonian Institution Press, 1998.

SAID, E. W. **Cultura e Imperialismo**. São Paulo: Companhia das Letras, 2011.

_____. **Orientalismo**: o Oriente como invenção do Ocidente. São Paulo: Companhia das Letras, 1990.

SALGUEIRO, V. Grand Tour: uma contribuição à história do viajar por prazer e por amor à cultura. **Rev. Bras. Hist.**, São Paulo, v. 22, n. 44, pp. 289-310, 2002.

SCHAPOCHNIK, N. Cartões-postais, álbuns de família e ícones da intimidade. In: SEVCENKO, N. (Org.). **História da vida privada no Brasil**. República: da belle époque à era do rádio. São Paulo: Companhia das Letras, 2006. pp. 423-511.

SCHIAVINATTO, I. L. F.; COSTA, E. A. (Orgs.). **Cultura visual e história**. São Paulo: Alameda, 2016. *E-book*.

SCHWARCZ, L. M. **De olho em D. Pedro II e seu reino tropical**. São Paulo: Claroenigma, 2009.

SONTAG, S. **Sobre fotografia**. São Paulo: Companhia das Letras, 2004.

THOMAS, N. **Colonialism´s Culture**: Anthropology, travel and governement. Cambridge: Princeton University Press, 1994.

TODOROV. T. **Nous et les autres**: la réflexion française sur la diversité humaine. Paris: Seuil, 1989.

VASQUEZ, P. K. **Postaes do Brazil (1893-1930)**. São Paulo: Metalivros, 2002

VELLOSO, V. P. Cartões-postais: imagens do progresso (1900-10). **Hist. cienc. saude-Manguinhos**. vol. 7, n. 3, 2001, pp. 691-704.

WOODY, H. International postards. Their History, production and distribution (circa 1895 to 1915). In: GEARY, C. M. ; WEBB, V. (Orgs.) **Delivering Views**: distant cultures in early postcards. Washington, D.C. : Smithsonian Institution Press, 1998, pp. 13-45.