



THE ILLUSTRATED POSTCARDS. TOWARDS A SOCIO-SEMIOTICS OF IMAGE AND OF *IMAGINARIUM*

(Project financed by Fundação para a Ciência e a Tecnologia PTDC/CCI/2770/2006)

In the time of the great mass media and of the digital supports, this Project intends to demonstrate that postcards have a crucial importance for a re-appreciation of the traditional media. Making pair with the telegraph, the gramophone, the writing machine and the shop windows, the postcard is, only apparently, a marginal medium, being able to join the written and audiovisual press and other print archive materials, in order to understand some courses of cultural, historical and sociological transformation in a specific epoch and place.

Research Team

Moisés de Lemos Martins (Coordinator/Principal Investigator)

moiseslmartins@gmail.com

Universidade do Minho, Departamento de Ciências da Comunicação

Bernardo Pinto de Almeida bfrey@clix.pt

Universidade do Porto, Faculdade de Belas Artes

Miguel Bandeira bandeira@ics.uminho.pt

Universidade do Minho, Departamento de Geografia

Albertino Gonçalves albertinog@netcabo.pt

Universidade do Minho, Departamento de Sociologia

Helena Pires hpires@ics.uminho.pt

Universidade do Minho, Departamento de Ciências da Comunicação

Madalena Oliveira madalena@bragatel.pt

Universidade do Minho, Departamento de Ciências da Comunicação

Maria da Luz Correia luzabreu@portugalmail.pt

Project Grantee

Consultants:

José Augusto Bragança de Miranda, Universidade Nova de Lisboa

José Augusto Miranda Mourão, Universidade Nova de Lisboa

General Objectives

Considering the important role of postcards in the social life since the beginning of 19th century, this project has many distinct aims:

- 1) to study the construction of the popular *imaginarium*;
- 2) to construct the framing of a kind of socio-semiotics of image;
- 3) to understand how technology determinates our experience of the world and how it constructs our identity;
- 4) to contribute for a theory of image and *imaginarium*, creating a theoretical frame in the field of visual arts;
- 5) to study the history of illustrated postcards and its importance as original means of advertising;
- 6) to make the sociological portrait of identitary representations of peoples in different regions of Portugal;
- 7) to construct a data basis that may serve the memory of this mean of communication and to make it become accessible for on-line search in a site to create in Internet;
- 8) to promote the interest for different regions of the country, in which is concerned to the ethnographic identity and to the touristic divulgation associated with illustrated postcards images.

Abstract

Ethnographic register of the peoples and instruments of touristic and advertising promotion, the illustrated postcards had crossed Modernity related to the closest forms of interpersonal communication. Marking a specific way to see or the production of a look, the illustrated postcards are, therefore, an inexhaustible field of interdisciplinary analysis of its languages: on the one hand, the iconic language that defines its visual dimension, where we search for the image that one given culture has of itself and, by the other, the epistolary language that discloses the originality of a communication private space.

In a time when we live plenty the civilisation of image, mainly of digital image and electronic modes of communication and visualisation, the fixation of the look in illustrated postcards constitutes a necessity of reading in the poetic illustrative images of interpersonal communication signs of the self-image a certain culture has of itself. As the monitor in computers, the postcard constitutes a kind of window to the world, technically oriented that determines the conditions of a local, regional and national look. Either illustrating landscapes, monuments, places, or illustrating type-figures, the postcards are not only a repertory of images that make the history of a people, but also the human figurations that constitute the contemporary *imaginarium*.

In the postcard illustrations, there are time and space perceptions that are drawn, where the physicality and the incorporeal of the spaces intercept themselves and specific historical contexts are visually immobilised. The illustrated postcards register an understanding either of cultural tradition and landscape/nature observation forms that immediately make us realise modes of look that characterize a given civilisation, a specific collective conscience and specific social representations. To semiotize these aspects, for a wider study of forms of representation and of its relations with forms of communication, here it is what may intend an investigation that situates its main object of analysis in illustrated postcards

Although they are not a modern invention, it is, in fact, to Modernity that illustrated postcards belong. Having their emergence happened along with the affirmation of photography time and having borrowed to epistolary writing a more informal tone, illustrated postcards meant the massification of interpersonal correspondence, becoming a special instrument of touristic and advertising promotion and preceding of the post-modern forms of communication.

The illustrated postcards belong to the history of communication of which is not alien the history of technologies of information by image. Between the illustration rudimentarily engraved in cards and the image of digital nature is a little bit more than a

century, marked by profound transformations in the modes of communication. To make the history of illustrated postcards is indeed a way of understanding the specific evolution of marginal supports as important to communicational studies as the press or the audiovisual media. The historical approach we propose intends to recover the memory of this sort of communicational production, in order to understand some courses of cultural, historical or sociological transformation in a specific epoch and place.

Project Tasks

Task 1: To gather and store illustrated postcards in different regions of Portugal (Viana do Castelo/Braga, Bragança, Viseu and Portalegre) since 1860 until the present;

Task 2: To build a data basis, according to a given typology;

Task 3: To develop a comparative study on the material collected in each studied region (socio-anthropological orientation, contributes of the phenomenology of the perception and of the look of a people);

Task 4: To revise the methodologies of image analysis and to build a theoretical frame on it;

Publications and Communications

1. IAMCR (International Association for Media and Communication Research) 2007 – 50th Anniversary Conference, Paris, July 23-25, 2007 - ‘Media, Information, and Communication: Celebrating 50 years of Theories and Practice’
«Illustrated postcards: from the old medium to e-cards and blog posts» Moisés Martins and Madalena Oliveira

2. SOPCOM (Associação Portuguesa de Ciências da Comunicação) 2007 – 5.º Congress, Universidade do Minho, Braga, 6-8 September, 2007 – ‘Communication and Citizenship’

«From the postcards to blog posts: towards a socio-semiotic of image and *imaginarium*» Moisés Martins, Helena Pires and Madalena Oliveira

3. International Conference «Image and Thought», Lisboa, Museu/Colecção Berardo, 5-6 December, 2007 (<http://www.cecl.com.pt/imagpens/default.htm>)



OS POSTAIS ILUSTRADOS: PARA UMA SÓCIO-SEMIÓTICA DA IMAGEM E DO IMAGINÁRIO

(Projecto financiado pela Fundação para a Ciência e a Tecnologia PTDC/CCI/2770/2006)

Na era dos grandes *media* de massa e dos suportes digitais, este projecto visa demonstrar que o postal ilustrado tem uma importância fundamental para a reapreciação dos *media* tradicionais. Emparelhando com o telégrafo, o gramofone, a máquina de escrever e as vitrines das montras comerciais, o postal ilustrado apenas na aparência é um meio marginal, podendo ombrear com a imprensa escrita e audiovisual, bem como com outros materiais de arquivo impresso, para a compreensão de certos cursos de transformação cultural, histórica e sociológica, numa determinada época e lugar.

Equipa de Investigação

Moisés de Lemos Martins (Investigador Responsável) moiseslmartins@gmail.com
Universidade do Minho, Departamento de Ciências da Comunicação

Bernardo Pinto de Almeida bfrey@clix.pt
Universidade do Porto, Faculdade de Belas Artes

Miguel Bandeira bandeira@ics.uminho.pt
Universidade do Minho, Departamento de Geografia

Albertino Gonçalves albertinog@netcabo.pt
Universidade do Minho, Departamento de Sociologia

Helena Pires hpires@ics.uminho.pt

Universidade do Minho, Departamento de Ciências da Comunicação

Madalena Oliveira madalena@bragatel.pt

Universidade do Minho, Departamento de Ciências da Comunicação

Maria da Luz Correia luzabreu@portugalmail.pt

Bolseira de Investigação

Consultores do Projecto:

José Augusto Bragança de Miranda, Universidade Nova de Lisboa

José Augusto Miranda Mourão, Universidade Nova de Lisboa

Objectivos Gerais do Projecto

Tendo em conta o relevante papel desenvolvido pelos postais ilustrados na vida social desde meados do século XIX, o presente projecto apresenta diversos âmbitos:

- 1)** estudar a construção do imaginário popular;
- 2)** construir o enquadramento de uma espécie de sócio-semiótica da imagem;
- 3)** perceber como é que a tecnologia determina a nossa experiência do mundo e constrói a nossa identidade;
- 4)** contribuir para uma teoria da imagem e do imaginário, criando um quadro teórico no campo das artes visuais;
- 5)** estudar a história dos postais ilustrados e a sua importância como original meio de publicidade;
- 6)** fazer o retrato sociológico das representações identitárias dos povos em diferentes regiões de Portugal Continental;
- 7)** construir uma base de dados que permita servir a memória deste meio de comunicação e disponibilizá-la para consulta on-line em site a criar na Internet;
- 8)** promover o interesse pelas diferentes regiões do país, no que concerne à identidade etnográfica e à divulgação turística associada às imagens dos postais ilustrados;

Resumo

Registo etnográfico dos povos e instrumentos de promoção turística e publicitária, os postais ilustrados atravessaram toda a Modernidade ligados às formas mais íntimas de comunicação interpessoal. Marcando um modo específico de ver ou a produção de um olhar, os postais ilustrados são, por isso, um campo inesgotável de análise interdisciplinar das suas linguagens: seja a linguagem icónica que define a sua dimensão visual, onde buscamos a imagem que uma dada cultura tem de si, seja a linguagem epistolar que revela a originalidade de um espaço privado de comunicação.

Numa altura em que se vive plenamente a civilização da imagem, sobretudo da imagem digital e dos modos electrónicos de comunicação e de visualização, a fixação do olhar em postais ilustrados constitui uma necessidade de ler nas imagens ilustrativas da comunicação interpessoal traços da auto-imagem de uma dada cultura. Tal como o monitor nos computadores, o postal constitui uma espécie de janela para o mundo, tecnicamente orientada, que determina as condições do olhar local, regional e nacional. Ilustrando paisagens, monumentos, lugares e figuras-tipo, os postais são um repertório de imagens que fazem a história de um povo, mas também as próprias figurações humanas que constituem o imaginário actual.

Nas ilustrações dos bilhetes-postais, são percepções do espaço e do tempo que se desenham, interceptando-se a fisicalidade e o incorpóreo dos lugares e imobilizando-se visualmente contextos históricos específicos. Os postais ilustrados registam, pois, um entendimento de formas da tradição cultural e de observação da paisagem/natureza que nos permitem chegar aos modos de olhar caracterizadores e diferenciadores de uma dada civilização, a uma certa consciência colectiva e a determinadas representações sociais. Semiotizar estes aspectos, para um estudo mais alargado das formas de representação, bem como das suas relações com as formas de comunicação, eis, pois, o que, enfim, pretende uma investigação que centra o objecto de análise na ilustração de bilhetes-postais. Não sendo uma invenção moderna, é, de facto, à Modernidade que pertencem os postais ilustrados. Coincidindo o seu aparecimento com a época de afirmação da fotografia e tendo emprestado à escrita epistolar um tom mais informal, o postal ilustrado concorreu para a massificação da correspondência interpessoal, revelando-se um ímpar instrumento de promoção turística e publicitária e renunciando já algumas das formas de comunicar ditas pós-modernas (postais electrónicos ou ecards e posts em weblogues). Os postais pertencem, assim, à história da comunicação, que não é alheia a história das tecnologias de informação pela imagem. Entre a ilustração rudimentarmente gravada em cartões e a imagem de natureza digital está pouco mais de um século, marcado por transformações profundas nos modos de comunicar. Fazer a história dos postais ilustrados é, pois, um modo

de perceber a evolução específica de suportes marginais tão importantes para os estudos comunicacionais como a imprensa ou os media audiovisuais. A abordagem histórica proposta pretende, então, recuperar a memória deste tipo de produção comunicacional, de modo a compreender determinados cursos de transformação cultural, histórica ou sociológica numa determinada época e lugar.

Tarefas do Projecto

Tarefa 1: Recolha de postais ilustrados em diferentes regiões de Portugal continental (Viana do Castelo/Braga, Bragança, Viseu e Portalegre) desde 1860 até à actualidade e inventariação dos mesmos;

Tarefa 2: Construção de uma base de dados segundo uma tipologia ainda a definir;

Tarefa 3: Estudo Comparativo do material encontrado em cada região estudada (orientação sócio-antropológica, contributos da fenomenologia da percepção e do olhar de um povo);

Tarefa 4: Revisão das metodologias da análise da imagem e construção de um quadro teórico relativo à mesma;

Publicações e Comunicações

1. IAMCR (International Association for Media and Communication Research) 2007 – 50th Anniversary Conference, Paris, July 23-25, 2007 - ‘Media, Information, and Communication: Celebrating 50 years of Theories and Practice’

«Illustrated postcards: from the old medium to e-cards and blog posts» Moisés Martins e Madalena Oliveira

2. SOPCOM (Associação Portuguesa de Ciências da Comunicação) 2007 – 5.º Congresso, Universidade do Minho, Braga, 6-8 de Setembro, 2007 – ‘Comunicação e Cidadania’

«Dos postais ilustrados aos posts nos weblogues: para uma sócio-semiótica da imagem e do imaginário» Moisés Martins, Helena Pires e Madalena Oliveira

3. Conferência Internacional *Imagem e Pensamento*, Lisboa, Museu/Colecção Berardo, 5 e 6 de Dezembro de 2007 (<http://www.cecl.com.pt/imagpens/default.htm>)