

# A Cartofilia nos tempos Pós-Modernos



4



3

A veiculação e o consumo, plural, de imagens – via “Internet”, por exemplo – demonstra o universal interesse pelo visual. Tanto assim é que o *homo sapiens* está se tornando (mais) um *homo videns*. E corre o risco de se perder, nesse mar de imagens que rola pela rede, incapaz de analisar tanta imagem. Surge, agora, até um novo campo de atuação do profissional de comunicação e para artistas – os produtores de conteúdo(s). Mas nem toda imagem é informação – se não for contextualizada.

A memória – o conhecimento histórico, o interesse pelo passado – nos permite estabelecer um paralelo com outro *frisson* semelhante ao da febre, atual, pela imagem: o cartão-postal atingiu esse ápice de apelo (*plus*) nos primórdios do século, usado, que foi, por milhares de apreciadores e colecionadores, em todo o mundo, atingindo a sua postagem milhões de exemplares.

As novas gerações trocaram o cartão-postal pelos *cards*. E será preciso, cada vez mais, mais e mais imagens de consumo e de colecionamento – ou num suporte flexível – como o dos *cards* –, ou mesmo, até, em papel – como as figurinhas de álbuns temáticos. O cartão-postal que hoje funciona, via de regra, apenas como meio funcional de comunicação, foi, nessa época – como são, atualmente, os citados *cards* – objeto do desejo de milhares e milhares de pessoas, no mundo todo. Hoje, são poucos os editores de cartões-postais topográficos e as imagens são parecidíssimas – dos mesmos pontos turísticos, quase sempre. Enquanto que na chamada *agê d'or* da



6



2



5

cartofilia – que cobriu os anos da Belle Époque e chegou aos anos dourados da década de vinte - tínhamos, no Rio, por exemplo, dezenas de editores e de edições. Além de contar com essa variedade de imagens, o usuário – colecionador podia se deslumbrar com centenas de séries temáticas e de arte, que chegavam ao país via postal. E não se poderia deixar de ressaltar, também, a excepcional documentalidade das imagens e a excelência gráfica (reprodução impressa das fotos – matrizes) dos cartões, nessa época. Os cartões-postais que as bancas de jornais vendem são pobres simulacros dos postais turísticos que circularam naquela distante fase áurea da cartofilia – na metrópole, no interior, no país todo e num número maior de países.



1

Por outro lado, o selo exerce, até hoje, grande atração: quer pela variedade temática quer pelo nível do *design* e da impressão. Talvez esteja nos selos postais o futuro da cartofilia de memória e de arte: bastaria que os Correios os transformassem – não todos – em cartões-postais. Esta nossa apreciação deixaria de ser uma análise nostálgica e o colecionismo seria retomado com maior entusiasmo pelos neófitos da filatelia e pelos veteranos da cartofilia, nestes tempos pós-modernidade.

Fernando Campos  
(Sociedade Brasileira de Cartofilia)

Paulo Bodmer  
(Professor de Cultura da UFRJ – RJ)

## Legendas das ilustrações

1. *Cartão-postal arcimbaldesco, de arte. (Os colecionadores de postais são, na sua maioria, como pierrôs apaixonados).*
2. *Gruss aus Munchen, convite da primeira exposição realizada pela Associação de Cartofilia do Rio de Janeiro, "Cartão-postal, Fascínio e Memória", realizada no Centro Cultural da PUC – RJ, em 1986.*
3. *Álbum Raças e Costumes do Mundo Inteiro, lançado pela Editora Vecchi, na década de 50, marcada pela febre dos álbuns de figurinhas.*
4. *Cartão-postal art nouveau relativo à Avenida Central, atual Avenida Rio Branco, circulado na Belle Époque, quando o Rio já é conhecido como "Cidade Maravilhosa".*
5. *Cartão-postal editado pela Yolanda Roberto, Marketing & Projetos Culturais, ilustrado com postais de cartazes e de convites de mostras realizadas pela empresa, de 1986 a 1989.*
6. *Cartão-postal circulado através do Museu Postal da Empresa Brasileira de Correios e Telégrafos, em 1981, comemorativo do lançamento da série Olho-de-Boi, datada de 1843.*