

A IMAGEM DA CIDADE MARAVILHOSA NOS PRIMEIROS CARTÕES POSTAIS DA REPÚBLICA VELHA

LA IMAGEN DE LA CIUDAD MARAVILLOSA EN LAS PRIMERAS TARJETAS POSTALES LA ANTIGUA REPÚBLICA

Paula Alves DUARTE¹
Rachel de Almeida MOURA²

RESUMO: O epíteto de Cidade Maravilhosa retrata a beleza marcante da natureza do Rio de Janeiro e a sua experiência como capital da República e, por isso, ainda é inspiração para muitos artistas e tema de debates e discussões acadêmicas. Neste estudo, portanto, almejamos analisar os primeiros cartões postais impressos da Cidade do Rio de Janeiro em sua época áurea - no início do século XX, de 1900 a 1930. Os cartões postais, à primeira vista, podem ser apenas pequenos pedaços de papéis retangulares que retratam uma paisagem passada, mas a paisagem retratada nesses postais pode ser reinterpretada através de uma complexa relação social entre os indivíduos e seu meio ambiente, ou seja, eles são como um veículo de símbolos, ideias e representações. Especificamente para a cidade do Rio de Janeiro, a beleza cênica representada era um dos fatores mais relevantes para sua atratividade quanto para sua expansão e, por isso, foi tão retratada nestes pedaços de papéis. Nosso objetivo principal é investigar o contexto histórico que estava por detrás desses cartões postais, a intenção de se registrar determinadas paisagens em detrimento de outras e, assim, contribuir para repensarmos na imagem que construíram da Cidade do Rio de Janeiro.

Palavras-chave: Cidade do Rio de Janeiro; Cartão Postal; Paisagem.

RESUMEN: El apodo de Ciudad Maravillosa retrata la notable belleza de la naturaleza de Río de Janeiro y su experiencia como la capital de la República y, por tanto, sigue siendo inspiración para muchos artistas y objeto de debates y discusiones académicas. En este estudio, por lo tanto, el objetivo de analizar las primeras postales impresas de la ciudad de Río de Janeiro en su apogeo - a principios del siglo XX, 1900-1930. Las postales a primera vista puede ser sólo pequeños trozos de papel rectangular que representa un paisaje hace, pero el paisaje retratado en estas tarjetas pueden ser reinterpretados a través de una compleja relación social entre los individuos y su entorno, es decir, son como una símbolos del vehículo, las ideas y representaciones. Específicamente para la ciudad de Río de Janeiro, la belleza escénica representada fue uno de los factores más relevantes a su atractivo y su expansión y, por tanto, era representado como en estas piezas de papel. Nuestro principal objetivo es investigar el contexto histórico que estaba detrás de estas tarjetas postales la intención de grabar ciertos paisajes sobre los demás y así ayudar a repensar la imagen que construyó la ciudad de Río de Janeiro.

Palabras claves: Ciudad de Río de Janeiro; Postal; Paisaje.

¹Mestre em Geografia pela Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ), professora substituta da Faculdade de Educação da Baixada Fluminense - UERJ e pesquisadora do Núcleo Interdisciplinar de Estudos da Baixada Fluminense (NIESBF). E-mail duarte.alves@hotmail.com

²Mestre em Geografia pela Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ). E-mail rachel_amoura@yahoo.com

Introdução

Quem nunca ouviu falar do Pão de açúcar ou do Cristo Redentor? E da praia de Copacabana? Estas são algumas das paisagens imortalizadas em cartões postais do Rio de Janeiro que são vendidas em qualquer loja de rodoviárias, aeroportos e bancas de jornal. Mas por que congelá-las em pequenos pedaços de papel? Qual a importância em se representar as belezas da cidade? E o que fotografar para representar esta cidade?

Por objetivarmos neste trabalho compreender a paisagem da cidade do Rio de Janeiro através de cartões postais, necessitamos, segundo Cosgrove (2004, p.105), “compreender as expressões impressas por uma cultura em sua paisagem, ou seja, necessitamos de um conhecimento da ‘linguagem’ empregada: os símbolos e seus significados nessa cultura”.

Esses cartões postais, portanto, serão de fundamental importância a partir do momento em que eles retratam ideias, valores e símbolos. Se compararmos as paisagens do Rio Antigo com as atuais paisagens, perceberemos transformações profundas na política por trás das imagens que foram selecionadas para representar a cidade.

Desta forma, este trabalho justifica-se por analisar um discurso existente sobre a ordem e a imagem da cidade. Assim, temos como objetivo principal compreender a construção da imagem dessa cidade a partir da leitura das paisagens cariocas apresentadas nos cartões-postais das primeiras décadas do século XX.

A paisagem como chave para a interpretação da cidade

Uma das primeiras interpretações da geografia moderna sobre a paisagem encontra-se na escola francesa. Nos moldes ditados por Vidal de La Blache, a paisagem muito serviu para explicar o mundo rural, pois teve suas bases na paisagem agrícola, a mais tradicional da França.

A geografia de Vidal herdou de Humboldt o estudo da fisionomia da paisagem. Disso resulta uma geografia francesa baseada na descrição e na diferenciação de áreas, na qual se buscava encontrar os gêneros de vida. A partir disso, a escola francesa definiria a região, pois, nesse período, a paisagem é considerada como um conjunto de formas homogêneas nas quais reside uma individualidade, permitindo-se assim a identificação de uma “região geográfica” (CORRÊA, 1987).

Outro viés da geografia tradicional pode ser encontrado nos Estados Unidos, com Carl Sauer. Este autor defendeu o método indutivo e propôs uma morfologia da paisagem, em que se buscava sua forma, gênese e estrutura. Portanto, Sauer (2004) destacou em seus estudos os aspectos materiais da cultura. Para ele a paisagem cultural é a transformação da paisagem natural (*op. cit.*).

Segundo Sauer (2004), não podemos formar uma ideia de paisagem a não ser em termos de suas relações associadas ao tempo e vinculadas ao espaço. A paisagem estaria em um processo constante de desenvolvimento ou dissolução e substituição. Por vezes, o que vemos na paisagem atual é um conjunto de sucessão de paisagens com uma sucessão de culturas, que derivam, entretanto, da modificação da paisagem anterior - chamada de natural ou original - pelo homem e a sua apropriação para o seu uso.

Contudo, o sentido dado à paisagem é reelaborado pela nova geografia cultural e pela geografia humanística a partir da década de 1970. A Geografia Cultural renovada define a paisagem mediante um papel mais complexo nas relações sociais no espaço, pois ela é vista ao mesmo tempo como suporte e matriz da cultura (BERQUE, 1998). Enquanto que, a geografia humanística “preocupa-se com a maneira como a paisagem está carregada de

sentido, investida de afetividade por aqueles que vivem nela ou que a descobrem” (CLAVAL, 2004, p.52).

Ao pensar a paisagem desse modo, a geografia propõe uma teoria sobre o espaço considerando seus aspectos imateriais como produtos de uma sociedade. Nela estão presentes os conteúdos de uma dada sociedade. É, sim, campo de visibilidade, mas, também, de significação.

Por isso, Moreira (2002, p.50) também considera a paisagem referência para a memória de um povo: “repositório do ato da criação, a paisagem no seu todo é o registro das tensões, sucessos e fracassos da história de uma sociedade. Nela encontramos todas as marcas da evolução histórica de um povo [...]”. Este autor está, de fato, referindo-se à dimensão simbólica dos estudos geográficos. Desta forma, coloca a geografia como a “ciência da paisagem transformada na ciência de um cotidiano fartamente semiologizado, resultando num estudo do discurso e da (de)codificação do imaginário em nosso tempo” (MOREIRA, 2002, p.52).

Moreira (2002) segue a linha de pensamento de semiólogos como Ferrara (1988). Esta autora, que ao longo de sua vida, trabalhou com Milton Santos, defende que o texto não-verbal presente na paisagem da cidade transforma o próprio espaço em linguagem. Para a autora, os textos não-verbais qualificam as peculiaridades da cidade e a identificam. Assim, no presente trabalho acreditamos que através das concepções da nova Geografia Cultural, ao tomarmos a paisagem como texto não-verbal, especificamente da cidade, estamos tratando-a como um ente cultural-espiritual, portanto, histórico e portador de signos que se forjam nas práticas sócio-espaciais, ou seja, no uso da cidade.

O viés semiótico na Geografia hoje está fortemente presente na sua abordagem cultural de paisagens de língua inglesa e francesa. Destacam-se Cosgrove, 1984 e 1988; Mitchell, 2000; Claval, 1995; Bonnemaïson, 2000; Berque, 2000 e no Brasil: Corrêa e Rosendhal em sua extensa coletânea de livros publicados pela EDUERJ desde meados da década de 1990 até hoje.

Cosgrove (2004) identifica algumas das evidências e fontes que possam informar o significado contido na paisagem para os que a fizeram, a alteraram, a mantiveram, a visitaram, a saber: fontes documentais, orais, cartográficas, e nos próprios produtos culturais, como nas pinturas, literaturas, músicas e filmes; e, por que não, também acrescentar as palavras de Cosgrove o uso dos cartões-postais, recurso utilizado nesta pesquisa.

Desta forma, reconhecer o poder da linguagem e da imagem na criação de mitos e representações da paisagem é uma problemática de investigação geográfica gerada no bojo da abordagem interdisciplinar, como o estudo da memória e da semiótica em que o cartão-postal é o mediador das relações entre o ser humano e o espaço.

A semiologia da paisagem

De acordo com Joly (1994), destacam-se como principais autores nos estudos semiológicos Ferdinand Saussure e Charles Sanders Peirce. O primeiro é considerado autor de grande importância no âmbito da descrição linguística, enquanto que o segundo ressaltou o caráter dinâmico das linguagens, apontando para uma teoria da semiose.

Peirce estabeleceu o conceito de relação *signica* ao defender que toda relação envolve o signo propriamente dito, o objeto e seu interpretante. Esse conceito ficou conhecido como tríade de Peirce. Em seu modelo de análise dos signos classificou os sinais em ícones – o significante é análogo ao que ele representa - índices/indício – a relação causal de contiguidade física com aquilo que representa, e símbolo – mantém com o referente uma

relação de convenção. Contudo, o que realmente marca em sua teoria é a extensão da discussão da atuação subjetiva sobre a decifração sígnica (JOLY, 1994).

Baseado em Pierce, a imagem é um ícone, ou seja, é, na verdade, semelhante aquilo que representa, por essa razão, ela é uma representação, em outras palavras, um signo. Nesse sentido, se a imagem é uma representação, devemos ter em mente que ela não é exatamente o real, e sim é a reprodução do que se queria guardar daquele determinado espaço-tempo. É a partir dessa interpretação que este trabalho se dispõe a analisar os postais.

Com efeito, Pierce inseriu a língua de maneira relativista e numa perspectiva mais vasta. Para ele o signo possui uma materialidade que percebemos com nossos sentidos. Tudo pode ser signo a partir do momento em que daí se deduza uma significação dependente da cultura e do contexto histórico (JOLY, 1994).

Desta forma Fontanielle (2007) complementa o pensamento de Joly (1994) ao dizer que:

A partir de nossas percepções emergem significações; nossas percepções do mundo 'exterior', de suas formas físicas e biológicas, produzem significantes. A partir de nossas percepções do mundo 'interior', conceitos, afetos, sensações e impressões formam-se os significados (FONTANILLE, 2007, p.38).

Possuindo uma função estética e outra de conhecimento do mundo a imagem assemelha-se ao conceito de paisagem na Geografia. A abordagem semiológica da paisagem comporta necessariamente um componente visual que pode ser também chamado de morfológico. Contudo, na materialidade da paisagem está a emergência de um sentido que é dado pela sua leitura como um texto. Assim temos, forma e sentido; significado e significante se relacionando.

A paisagem é vista. Ver é perceber a forma que se apresenta o fenômeno estético e como ele está carregado de subjetividade. Desta maneira, o termo imagem urbana não é uma acepção exclusivamente visual, mas, ao contrário; envolve a figuração urbana na dimensão significativa que o usuário a ela atribui ou na dimensão simbólica construída através de uma memória urbana presente não apenas na vida das pessoas, mas nos discursos oficiais construídos ao longo dos anos.

Cartões-Postais: suporte de análise geográfica

O primeiro bilhete postal produzido no Brasil data de 1880. Inicialmente, a imagem estampada tratava-se de um desenho, mas, já em 1891, utilizava-se a fotografia como imagem, o que introduziu um caráter artístico a este produto e facilitou a rápida expansão de seu uso pelo mundo, permitindo a fixação e divulgação do ambiente onde o homem vivia (BERGER, 1983).

Do bilhete postal originou-se o cartão-postal. No Brasil, os primeiros decênios do século XX correspondem à Idade de Ouro do Cartão-postal e a *Belle Époque* da cidade, ou seja, o Rio de Janeiro de Pereira Passos estava exatamente no momento auge da procura dos cartões-postais (BERGER, 1983).

Os cartões-postais caracterizam-se por:

Tudo nele está gravado: a cidade de outrora, a paisagem destruída, o espírito de sociedade, as idéias de beleza [...] os meios materiais da vida, as artes e as ciências; o indivíduo e a multidão, os costumes típicos, a realidade e o sonho

[...] e gravado continuará para que, no tempo, que há de vir, outros possam apreciar o que o cartão guarda por testemunho e revela como manifestação artística (BERGER, 1983, p.13).

Logo, no cartão-postal está gravada a cidade do passado, sua paisagem em um ponto de vista retratado pela lente de um fotógrafo. Uma posição que revela ideias sobre beleza, natureza, arte, ciência, etc. Desta forma, deve-se “tratar cartões-postais como pictóricos complexos de normas e valores culturais, compostos com a especialidade em vender sonhos [...]” (WINIWARTER, 2001, p. 453).

O Cartão-postal é documento dotado de um discurso visual. Seu entendimento pode ser buscado à medida que os espaços da cidade possam ser desvendados nas representações sobre o vivido/percebido e do imaginário social.

A história da cidade e o discurso visual contido no cartão postal são as principais fontes de estudos geográficos da cidade pela ótica da semiologia. Desta forma, segundo Ferrara (1988, p.79), a cidade como espaço do pesquisador deve ser analisada a partir de alguns parâmetros, a saber:

- 1- As características físico-contextuais: estágio atual e sua transformação;
- 2- A memória e a história ambiental;
- 3- O espaço público institucionalizado e espontâneo, e a sua relação com o usuário;
- 4- A infraestrutura institucionalizada e espontânea;
- 5- A relação entre espaço público e privado; a cidade e a habitação;
- 6- O ambiente urbano nas suas microlinguagens interferentes: a cidade e as extensões ambientais dos vários meios de comunicação de massa.

No presente trabalho o estudo semiológico da paisagem levará em consideração o primeiro e o segundo itens propostos por Ferrara (1988). O estudo desses itens nos auxilia a investigação da paisagem da cidade do Rio de Janeiro entendendo-a, de acordo com Berque (1998), como marca e matriz de um povo.

Análise dos cartões-postais

Metodologia

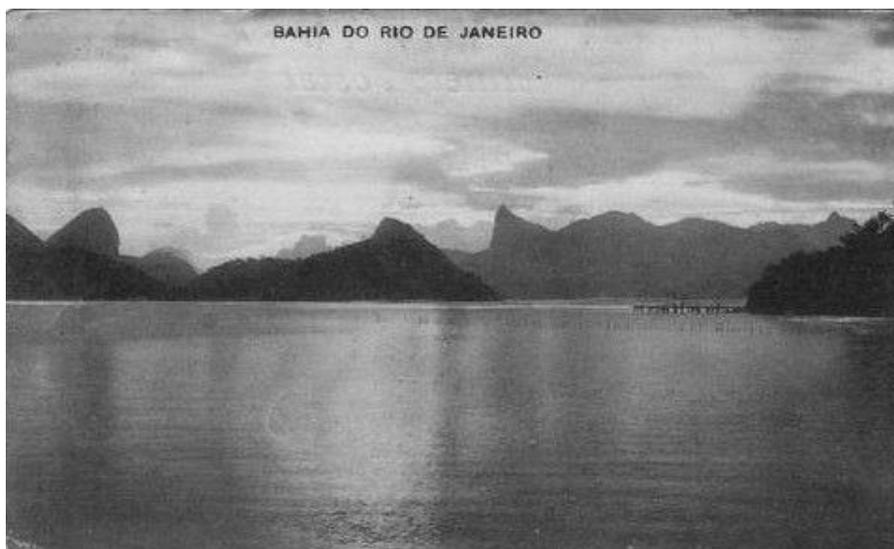
Nossa pesquisa vem sendo realizada na Biblioteca Nacional e na Biblioteca Pública do Estado do Rio de Janeiro. Também reproduzimos alguns postais presentes no livro de Paulo Berger (1983) e de Gorberg (2002). A partir disso, levantamos 300 cartões-postais. Contudo, para este artigo foram selecionados 14 cartões do período conhecido como a *Belle Époque* da cartofilia no Brasil, ou seja, as primeiras 3 décadas do século XX. Vale ainda destacar que em função da necessidade de um recorte para a pesquisa e considerando o conceito geográfico abordado, foram excluídos os postais que tratavam de propagandas comerciais, alegorias, personalidades, etc. A data do cartão-postal indicada é, na verdade, a de sua circulação, pois, na época, não havia nenhuma referência ao ano em que a fotografia fora produzida.

A seleção dos postais se deu pelo critério quantitativo. Desta forma, percebemos uma grande quantidade de postais do Centro da Cidade e Zona Sul e por isso, esses foram selecionados. Sabemos, no entanto, que todo critério de seleção ou classificação, envolve uma certa subjetividade e esta no caso foi influenciada pela escolha do uso do conceito de paisagem. Desta forma, acabamos por nos ater as imagens que contemplassem a natureza e a ação humana no meio físico.

As idéias vinculadas aos cartões postais: entre o imaginário de paraíso e o progresso

Ao observar os 300 postais notamos signos que se repetiam inúmeras vezes. Destes signos podemos destacar: a palmeira, a água, o céu e a montanha. Mas também há, com igual força, signos urbanos como prédios, jardins, ruas e a própria população a andar pela cidade. Desta forma, o que essas imagens trazem de referências para a história ambiental da cidade do Rio de Janeiro? Tomando como base o período histórico da velha república e a relação do homem (antes colonizador e agora brasileiro) com a natureza, notamos que a cidade é representada por elementos que trazem duas grandes ideias: a do Brasil como paraíso tropical³, diretamente relacionado com os signos sobre a natureza, e a do Brasil rumo ao progresso referindo-se aos signos da cidade cosmopolita que se criava nos primeiros anos do século XX.

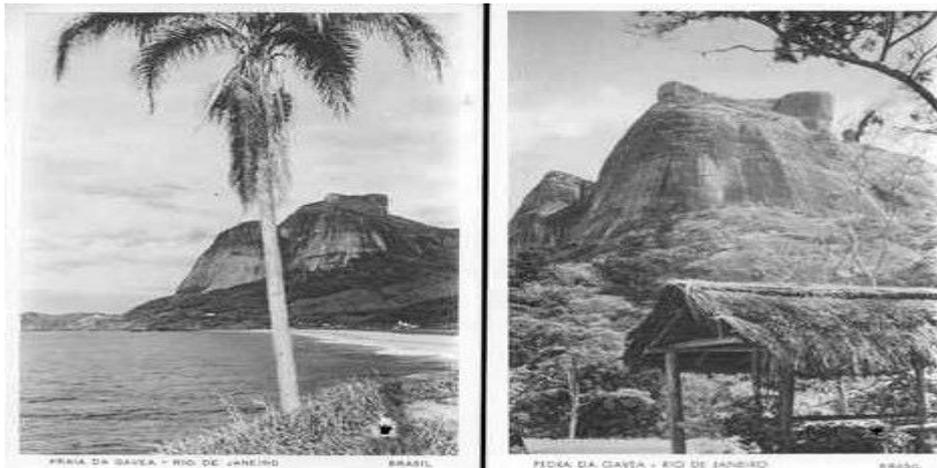
Desta forma, cerca de 81 postais visualizados constituem estampados pitorescos panoramas que retratam um Rio de Janeiro tropical, quase que desabitado (postal 1). Isto, por sua vez, nos remete a um imaginário do paraíso em plena Gávea⁴ nos postais 2 e 3, guardando-se as devidas proporções de habitações e desenvolvimento de hoje para o início do século passado.



Postal 1 - Bahia do Rio de Janeiro, sem autor, sem data, ao redor de 1910 (acervo pessoal).

³ A representação da natureza brasileira como paraíso tropical pode ser compreendida através da leitura de Sérgio Buarque de Holanda, em seu clássico *Visão do Paraíso* (1977) e PÁDUA, Augusto. *Um sopro de destruição*. Pensamento político e crítica ambiental no Brasil escravista. (1786-1888). Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2002. Para a compreensão da noção de modernidade vinculada a ideia de progresso recomendamos a leitura de LE GOFF, Jacques. *História e Memória*. Campinas: Unicamp, 1990 e CAPRA, Fritjof. *O ponto de mutação: a ciência, a sociedade e a cultura emergente*. São Paulo: Editora Cultrix, 1982.

⁴ Segundo Rabha (2006), a partir da área central, a cidade estendia-se nas direções norte e sul, nesta última indo até o distante arrabalde da Gávea, numa expansão territorial conduzida segundo as linhas de transporte exploradas pela companhia Ferro-Carril Jardim Botânico.



Postal 2 e 3 - Pedra da Gávea, sem autor, 1904 (reproduzido da Biblioteca Publica do Estado do Rio de Janeiro).

Copacabana (postal 4) também é apresentada em 1909. Casebres em volta dão o tom da presença humana ínfima, diante da gigantesca natureza. Segundo Rabha (2006), no início do século XIX Copacabana era tida muito mais como uma estação de veraneio e convalescença do que residência permanente, tendo, sua origem como um imenso areal. Mas, então por que esta mesma ideia não denota uma ideia depreciativa do local no sentido de que não deveria ser retratada em cartões-postais?

Essa Copacabana não é vista como “o fim do mundo”, ou o “lugar inóspito”. Por estar sendo representada nas lentes dos fotógrafos, Copacabana é o paraíso, localizada entre a cadeia de montanhas e oceano aberto, e, ao mesmo tempo, tão próxima do centro da cidade, civilizado. Além disso, Copacabana como um lugar de convalescença traz consigo os significados de uma natureza pródiga capaz de curar.



Postal 4 - Copacabana, sem autor, ao redor de 1907 (retirado de BERGER, 1983).

Pereira (2007) contribui para essa reflexão ao apresentar que somente a partir de 1907 cenas com atributos da urbanização transformaram os postais de Copacabana em vetores para a expansão imobiliária, conforme o postal 5.



Postal 5 – Copacabana, sem autor, ao redor de 1923 (reproduzido da Biblioteca Nacional).

Veja no canto direito superior o Hotel Copacabana Palace⁵ inaugurado em 1923. Para Lessa (2000), sua construção em pleno bairro de Copacabana quis significar a prioridade carioca de exibir a natureza sob seu domínio. Note ainda, em destaque, a Rua Copacabana que futuramente será chamada Avenida Nossa Senhora de Copacabana, consolidada em 1920, quando se inicia seu processo de verticalização, permitindo uma maior apreciação do panorama do bairro.

Em contraposição à linha reta da rua, a praia também é mostrada, em segundo plano pela perspectiva diagonal que valoriza as formas da natureza. Temos um novo simbolismo⁶ sobre o espaço da praia a partir do século XIX. A praia passa a ser vista como um espaço de lazer. Tal simbolismo será também apropriado pelos vetores da expansão imobiliária na cidade.

Para Lessa (2000) a redescoberta do mar e da praia é um fenômeno extremamente importante para a cidade do Rio de Janeiro. As praias serão lidas sob essa nova ótica a partir da década de 1930, transformando-se em símbolo de beleza e conotando ideias de bem-estar, pois de acordo com Lessa (2000, p.200) “o Rio pela costa, ao redescobrir o mar, constrói junto à pertinência à cidade, a ideia de sua abertura ao mundo pela superfície das águas”.

Lessa (2000) está se referindo a dois aspectos da relação da cidade com o mar. O primeiro trata da representação sobre a praia que também será apropriada pelas imobiliárias, sobretudo, a partir da década de 1930, promovendo seu desenvolvimento, ao discursar sobre o *status* que o morar à beira mar seria capaz de oferecer. O segundo⁷, refere-se ao fato do Rio de Janeiro voltar-se para o mar para ter no comércio exterior grande fonte de seu desenvolvimento.

Não obstante, a análise dos cartões-postais proposta neste artigo trata da compreensão da paisagem representada nas fotografias que se transformaram em cartões-postais. Por essa razão, estamos aqui analisando a relação do homem com a natureza, que, no caso do Brasil

⁵ De acordo com Machado (2008), o Copacabana *Palace* foi construído para a Exposição Internacional de 1922, mas por não ter ficado pronto para o evento, coube essa função ao Hotel Glória, o primeiro grande hotel de luxo do Rio de Janeiro. Encontramos vários postais desses dois hotéis, porém não reproduziremos nesse trabalho.

⁶ Corbin (1989) desenvolve em sua obra *O Território do Vazio: a praia e o imaginário ocidental*, a transformação da relação do homem com o oceano.

⁷ Encontramos alguns postais que abordam esse aspecto. A maioria representa o porto, após a reforma de Pereira Passos, na perspectiva panorâmica. Contudo, não iremos reproduzir nenhum desses postais nesta pesquisa.

perpassa por elementos que indiquem um sentido de tropicalidade, tais como um grandioso céu límpido e a natureza abundante. Esses elementos como dito anteriormente aparecem nos postais.

Contudo, para caracterizar o trópico, destacamos em especial um signo muito presente nos postais: a palmeira. Já na carta de Pero Vaz de Caminha encontramos: “há lá muitas palmeiras”, uma vez que esse tipo de vegetal é bastante comum na Mata Atlântica, resultando numa forma que expressará as novas terras portuguesas (VALLE, 2005).

Nos postais 6 e 7 a palmeira aparece como um indício desta tropicalidade, caracterizando a imagem. É interessante destacar que o postal 6 valoriza os elementos de uma paisagem paradisíaca; enquanto que o postal 7, embora apareça o mesmo signo – a palmeira – os valores urbanos da primeira década do século XX estão presentes nesta imagem. A palmeira apareceu em nosso levantamento em 157 postais e nos fez refletir qual é o significado deste elemento contido na paisagem?



Postal 6 - Vista Chinaesa – Rio de Janeiro, sem autor, ao redor de 1905 (acervo pessoal). Postal 7- Avenida do Mangue, Rio de Janeiro. Alexandre Ribeiro, 1910 (reproduzido da Biblioteca Nacional).

Toda a simbologia da palmeira foi forjada a partir do paisagismo do Jardim Botânico. De acordo com Valle (2005) isto ocorreu, a priori, sem a objetividade do Império, desvinculada, portanto, dos interesses políticos.

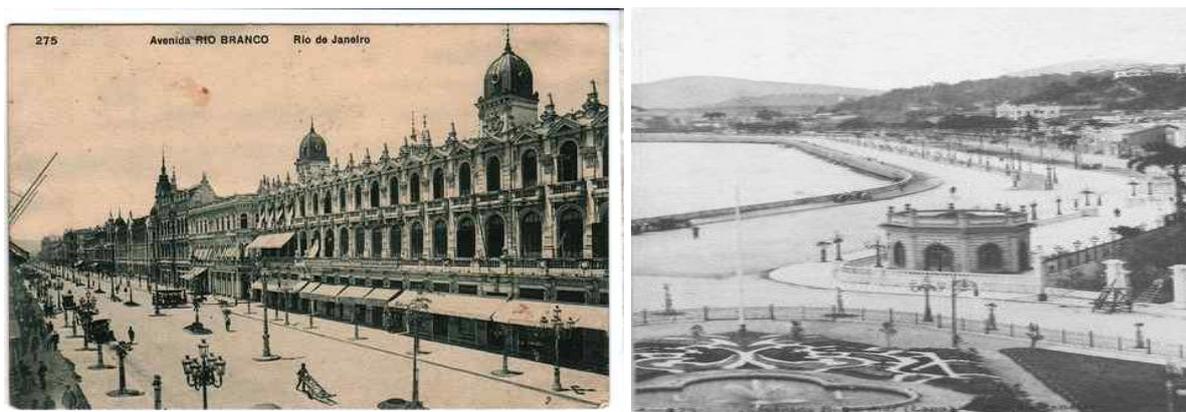
Criado por D. João VI, em 13 de Junho de 1808, o Jardim Botânico refletiu uma prática de cultivo de árvores nas cidades européias que se impunha desde o século XVIII, caracterizou-se como passatempo das elites que desenvolveram o costume de passear pelas verdes alamedas, bem como possuiu a função prática de servir aos estudos científicos, revelando aqui, mais uma vez, a ligação das imagens de natureza exótica e utilitária.

Adaptado para os trópicos, o Jardim Botânico passou a ser comum a execução de cerimônias cívicas repletas de valores simbólicos. Uma delas ficou marcada no imaginário da população: o rei, em 1809, plantou uma árvore que deveria significar a força e o vigor da monarquia. A árvore escolhida foi a palmeira *Roystonea oleracea*, que pode chegar até 40 metros de altura, criando o mito aristocrático da Palmeira Mater (VALLE, 2005).

O poder imperial apropria-se de um signo característico do ambiente tropical, sobretudo da opulência e grandiosidade da natureza e acrescenta a esse valor a opulência e grandiosidade do império por meio da plantação das palmeiras filhas (germinadas da palmeira *mater*) no Jardim Botânico. Assim, de acordo com Valle (2005, p.122) “a partir daí, a suposta aristocracia do recém criado Império brasileiro, passou a plantar a referida palmeira em suas residências e fazendas [...] tornou-se, desse modo, um inequívoco símbolo nacional [...]”.

Desta forma, perpetuado com os barões de café, o símbolo da Palmeira será um elemento tropical diferenciador da paisagem nacional e tornar-se-á, na República, um padrão estético paisagístico de representação do mundo tropical, a partir da Cidade do Rio de Janeiro, a capital do governo.

Se 81 postais tinham como foco principal o retrato da natureza, encontramos 93 que buscaram revelar uma cidade moderna, onde a civilização é expressa no meio urbano a partir da sua organização espacial e estética. Assim, uma série de postais do período em foco, portanto, levava consigo imagens de um Rio de Janeiro moderno para milhares de pessoas que, de repente, se transportavam para latitudes nunca dantes suspeitadas, descobrindo novos horizontes e costumes, no ‘hobby’ de colecionar e trocar cartões-postais (GORBERG, 2002).



Postal 8 - Avenida Rio Branco, Rio de Janeiro, s. autor, ao redor de 1910. (acervo pessoal).

Postal 9 - Av. Beira Mar, Glória, s. autor, ao redor de 1905. (reproduzido da Biblioteca Nacional).

A técnica fotográfica do postal 8 utiliza a perspectiva em diagonal que nos causa a impressão de infinitude da Avenida Rio Branco. Isto por sua vez constrói significados referentes a sua atmosfera cosmopolita, condizente com uma grande cidade.

A Avenida Central (Avenida Rio Branco) é o principal símbolo da cidade nesse período. Reformulou a paisagem, instituindo nova arquitetura e, retirando daquele espaço, cortiços, estalagens, pequenas lojas. Assim, o espaço incorpora funções sógnicas: através da sua amplitude, passou a irradiar fachadas de mármore, vitrines de cristal, moderna iluminação pública, suntuoso vestuário dos transeuntes. Tornou-se ainda sede de empresas, do poder legislativo e judiciário, além de cafés, confeitarias, restaurantes, típicos espaços da *belle époque* (ESSUS, 2008).

Nesse sentido, Lessa (2000) ressalta que a construção da grande Avenida Central não teve nada haver com os interesses em adaptar o país para a vinda do automóvel. Mas, é claro que, alguns anos depois da sua construção os automóveis serão um aspecto marcante na paisagem carioca, a partir da mudança do uso da rua, antes via de circulação de pedestres.

Entretanto, de acordo com Entler e Oliveira Jr. (2008), enquanto os automóveis do país não estavam em número significativo, a largura da avenida cumpria a sua função simbólica de monumento, ao mesmo tempo em que, a monumentalidade da avenida é a marca da importância da sua construção.

Já no postal 9, é preciso compreender os significados presentes nos jardins urbanos. Os jardins foram responsáveis pela higiene e pelo lazer da vida urbana, de tal forma que eram

molduras do urbanismo e da modernidade. A natureza nos jardins está domesticada e adaptada ao desenho urbano. O Passeio Público⁸ foi o primeiro local de lazer da cidade.

Encontramos ainda nestes cartões-postais um “aburguesamento” da paisagem carioca no centro da cidade. O espaço público é remodelado pela reforma urbanística na administração do prefeito Pereira Passos, então, embelezado, ajardinado e europeizado. A burguesia que outrora frequentava as varandas e os salões coloniais utiliza-se agora das novas avenidas, praças e jardins (SEVCENKO, 1983).

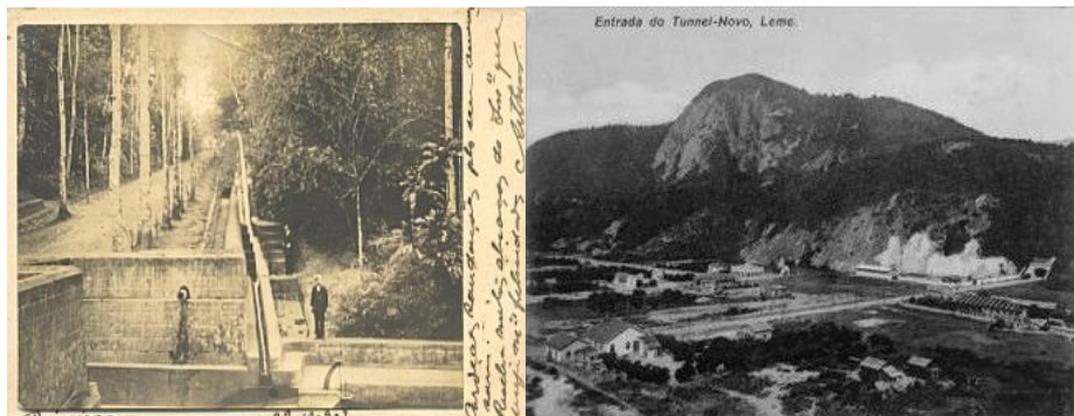
Outro jardim bastante retratado pelos fotógrafos e presente em vários cartões-postais (em nosso levantamento encontramos 22 postais) foi a Quinta da Boa Vista. Coberta de exuberante vegetação, a Quinta da Boa Vista era um oásis na feia, alagadiça e deserta zona praieira que seguia depois da Gamboa. Reformada para residência real, a Quinta foi ampliada e seus jardins embelezados no reinado de D. Pedro II, conforme nos relata Brasil (1965). Todavia, foi, por excelência um lugar do Império. Mesmo assim, seus jardins também aparecem nos cartões-postais. Mas, se sabemos da necessidade da República em construir uma imagem de país, a partir da cidade do Rio de Janeiro, por que, então, utilizar a imagem do Império?

Na verdade, ao reformar os jardins, em 1909, buscou-se valorizar as características do trabalho francês de Glaziou, mas se modificou o sentido daquele espaço, pois a República democratizou o parque do rei da cidade antiga como jardim urbano aberto ao povo e nesse novo jardim transformou a moradia do rei no Museu Nacional. Nesse sentido, de acordo com Lessa (2000, p.200) “a paisagem urbana da cidade moderna apropria-se, redefinindo-a, da coleção de signos da cidade antiga e agrega outros tantos deliberadamente construídos como ícones demonstrativos do progresso e vanguardismo”.

Assim, considerando que os postais são uma “propaganda” da cidade, porque nesse período há postais que retratam obras em andamento ou obras de engenharia humana? (postais 6, 9 e 10) Encontramos postais onde a imagem revelada é da civilização carioca que vence o meio telúrico, construindo o Túnel Novo, que permitiu a efetiva ocupação da Zona Sul, ou, ainda, a retificação de rios como os postais que mostram o Canal do Mangue ou o postal 11 referente a canalização das águas das Paineiras.

Obras estas que, segundo Lamego (1948), foram fundamentais para a superação dos pântanos espalhados pela cidade. Portanto, porque retratar obras urbanas? Qual o sentido dessas imagens? Inúmeros postais retratam a verdadeira cirurgia urbana que sofreu a cidade do prefeito Pereira Passos. Encontramos postais da construção da Avenida Rio Branco, do desmonte de morros e de tantas obras urbanísticas. É o movimento da república que intervém e organiza o espaço, transformando o Rio de Janeiro em uma cidade maravilhosa.

⁸ O Passeio Público foi o primeiro de muitos jardins. No século XIX tivemos o Campo de Santana, os jardins da Beira-Mar de Pereira Passos, no início do século XX e posteriormente o Parque do Flamengo de Bulevar Marx. Notamos nas instituições de pesquisa alguns postais do Campo de Santana e inúmeros postais cujo tema foram os jardins da Beira-Mar, sobretudo, através das imagens do Bairro de Botafogo (que não serão reproduzidos aqui).



Postal 10 – Estrada do Túnel-Novo, Leme, s. autor, ao redor de 1906. (reproduzido da Biblioteca Pública do Estado do Rio de Janeiro). **Postal 11** – Paineiras, sem autor, 1907 (reproduzido da Biblioteca Nacional).

Ao fotografar se escolhe o cenário ideal de uma situação que evidencie a competência do poder em direção ao progresso. A imagem, para o imaginário coletivo, remete o sentido de segurança e estabilidade e desenvolvimento. “Nesse caso, tanto as fotografias de eventos cívicos quanto as do acompanhamento de obras públicas são exemplos típicos de tal *misé-en-scene*”. (ESSUS, 2008, p. 290).

Temos no Rio de Janeiro, de um lado, a necessidade de dominação do meio físico, através do domínio técnico, ou seja, pela sua civilidade, que resulta numa história ambiental de degradação ambiental como toda metrópole; por outro lado, temos o carioca que se reconhece nas experiências vividas na paisagem e se orgulha de uma natureza ímpar presente numa cidade moderna.

Da confluência das ideias de paraíso e progresso lidas nas imagens dos cartões-postais cremos que, no período em foco, houve um enorme esforço para a criação do mito da beleza no Rio de Janeiro, contemplado no epíteto dado à cidade de: Cidade Maravilhosa e ao Hino da Cidade, música de André Filho. Chamamos em nossa reflexão de mito da beleza por considerar que a memória urbana não guarda em si as conseqüências ambientais da degradação e do descaso com a natureza resultantes do crescimento urbano acelerado. E por acreditar que o sentido de beleza não se encerra apenas nos atributos naturais presentes no sítio urbano, mas através deles e juntamente com eles os atributos de uma civilização dos trópicos.

Na verdade, as ideias de uma natureza tropical exuberante não são exclusivas da República, mas foram por ela incluídas num contexto político específico de modernização e progresso do Brasil, sendo o Rio de Janeiro a vitrine desse processo.

Desta forma, desde o período colonial, os viajantes naturalistas já se impressionavam com o espetáculo da natureza do Rio de Janeiro (Lessa, 2000). Na confecção de um inventário do mundo tropical estavam sempre registrados seus encantamentos.

Richard Flecknoe, em 1648, registrou em seu diário de bordo: “[...] ao avançarmos para além do forte que defende a baía, deparamos com a mais sedutora paisagem do mundo: um lago, com umas 20 milhas de extensão, todo salpicado de ilhas verdejantes de diversos tamanhos” (FRANÇA, 1999).

Ao tratar da fauna e da flora, ele destaca: “As aves são tão belas que poderíamos afirmar que a natureza aprendeu aqui os seus matizes antes de pintar as nossas” (FRANÇA, 1999).

Já em 1767, o famoso viajante Louis Antoine de Bougainville declara:

Durante a nossa estada no Rio de Janeiro, gozamos da primavera dos poetas. A vista da baía local será sempre um espetáculo memorável para qualquer viajante, sobretudo para aqueles que passaram longos períodos em alto mar, privados da visão de bosques. [...] Para nós, foi uma experiência enriquecedora e prazerosa a permanência nessas plagas, onde para qualquer lado que se olhe a natureza oferece um deslumbrante espetáculo (FRANÇA, 1999).

Entre inúmeros registros, um em especial chama atenção por sua atualidade. Em 1792, Lorde Macarteny coloca toda a importância que a natureza do Rio de Janeiro tem e que virá a ter para o processo de colonização e desenvolvimento da região.

Independentemente do destino que o Rio de Janeiro venha a ter, graças à natureza, essa cidade será sempre digna de atenção. Pode-se dizer que os seus contornos estão fortemente desenhados. Seu porto, suas montanhas, seus bosques e seus rochedos são grandes e majestosos. Suas produções crescem com vigor e a frescura da juventude, nada aí é pobre, árido ou decadente (FRANÇA, 1999).

Durante todos os anos de colonização portuguesa e influência francesa, o povo carioca conviveu lado a lado com a beleza de sua paisagem e com a dificuldade em drenar pântanos, abastecer a cidade com água, vencer serras para penetrar o interior do Estado e encontrar novos caminhos para o transporte de ouro das Minas Gerais. Há sempre um constante movimento em vencer a natureza a favor da ocupação no território. Esta é a história ambiental da cidade do Rio de Janeiro que se forja na ideia de progresso como movimento humano se sobrepondo as agruras da natureza.

É a presença de um espírito civilizatório advindo das ideias do século XVIII, provenientes da produção capitalista na qual percebe a natureza como algo externo ao ser humano, sendo um objeto de intervenção no sistema capitalista. O iluminismo concebe a natureza como um recurso infinito a ser explorado. Araújo (2001) acredita que essa concepção de natureza ainda é pensada no Brasil até a segunda metade do século XIX. “O progresso era baseado na ideia de gestão das forças naturais” (ARAÚJO, 2001 p.156).

Alberto Lamego⁹, um dos pioneiros na construção da História Ambiental do Rio de Janeiro, a partir de uma tetralogia clássica de livros sobre esta cidade, tenta desvendar o carioca e sua interação do homem com o meio físico:

[...] Nenhum daqueles grupos (gaúcho, paulista, baiano, mineiro, pernambucano e cearense) viu-se uma população inteira enraizar-se na lama firmemente, multiplicar-se em coesa étnica num tal meio, ao mesmo tempo acumulando reservas econômicas para fazer do Estado do Rio de Janeiro com a sua exigüidade territorial uma das principais unidades da união (LAMEGO, 1948 p. 272).

⁹ LAMEGO, Alberto Ribeiro. **O Homem e o Brejo**. Rio de Janeiro, 1940. LAMEGO, Alberto Ribeiro. **O Homem e a Restinga**. Rio de Janeiro, 1946. LAMEGO, Alberto Ribeiro. **O Homem e a Guanabara**. Rio de Janeiro, 1948 e LAMEGO, Alberto Ribeiro. **O Homem e a Serra**. Rio de Janeiro, 1950.

No caso da Guanabara, segundo o próprio Lamego, essa relação do habitante com a natureza teria sido construída com a forte importância a partir das belezas naturais aqui encontradas e da necessidade de dominação. Isto faria do carioca um ser que se reconhece nas experiências vividas na paisagem. E isto é retrato nos cartões-postais da época analisada.

Somado a isto, segundo Lessa (2000), o Império Brasileiro, superando as idéias de um determinismo geográfico, foi influenciado pelo movimento do Romantismo, passando a valorizar a natureza tropical. O romantismo de Rousseau considerava que era preciso retornar à natureza primitiva e espiritual.

Desta forma, as ideias relativas a uma natureza tropical paradisíaca irão se encontrar, no início do século XX com a necessidade da cidade do Rio de Janeiro em adequar sua forma urbana para a concentração e acumulação do capital. Sede do Governo Federal, o Rio de Janeiro encontrava-se no meio das transformações capitalistas, em pleno desenvolvimento econômico, devido à exportação de café, e por isso, símbolo nacional, no qual precisava eliminar toda e qualquer ligação com a cidade colonial e escravocrata.

Como vitrine nacional de um ideário moderno, onde não há lugar para pestes, ruas estreitas nem sujeiras e sim para a ostentação da riqueza e do poder de uma burguesia emergente que articulou grandes reformas urbanísticas na cidade para fazer desta capital porta de entrada não só de divisas, mas também de cultura, o Rio de Janeiro procurava se embelezar ainda mais e valorizar seus espaços. Assim, as representações de paraíso tropical mesclam-se com a imagem cosmopolita forjando o mito da beleza revelado no nome Cidade Maravilhosa.

Na administração do Prefeito Pereira Passos (1902-1906) inicia-se diversas obras, entre elas, destacam-se: alargamento das principais artérias da cidade, calçamento de várias ruas do centro, embelezamento de praças e jardins. A reforma urbana ainda canalizou alguns rios, demoliu cortiços, realizou construções como a Vista Chinesa, Pavilhão do Campo de São Cristóvão, Teatro Municipal, Avenida Central, atual Avenida Rio Branco, além de desapropriar casas e transferir a população pobre para o subúrbio da cidade (ABREU, 1997).

Como resultado da reforma pode-se dizer que:

Com as reformas, os brasileiros podem afirmar: Somos civilizados, construímos no trópico uma Paris com perfeita iluminação pública, com uma adequada rede de transporte coletivo eletrificado e dispomos de uma paisagem tropical única. [...] A cidade deslumbrante é para ser mostrada ao mundo (LESSA, 2000 p. 207).

É nessa cidade cosmopolita que se inicia a construção de dois grandes e tradicionais cartões postais que nos levam a ter uma visão panorâmica do Rio de Janeiro, exibindo sua natureza singular e a cultura de um povo: o pão de açúcar e o monumento do Cristo Redentor. O primeiro, desde os primórdios da colonização, é um marco natural na entrada da baía da Guanabara no qual servia de referência para os navegadores. Sua paisagem se tornou verdadeiramente marca registrada com a construção do teleférico, em 1912, que sobe e desce os morros com uma vista que exerce um fascínio nos cariocas e visitantes. Já o monumento do Cristo Redentor sob a montanha do Corcovado, inaugurado em 1931, foi construído com intenções religiosas tornando-se um símbolo e um grande atrativo turístico por possuir uma vista deslumbrante de todos os ângulos da cidade.

O Pão de Açúcar e o Cristo Redentor transformaram-se nos dois principais monumentos da cidade. Segundo Silva (1999, p.48) “a intenção de monumentalizar se refere à preocupação em fazer recordar alguma coisa ao longo do tempo, transformando-a em elemento da memória social. Desta forma, considerando que os cartões-postais contribuíram

para tal fato, quais significados encontramos no texto-não verbal desses signos presentes nos postais?

Vale destacar que tanto o Pão de Açúcar quanto o morro do Corcovado apareciam nos postais, antes mesmo da construção do teleférico ou da Estátua do Cristo Redentor, portanto, já faziam parte da cidade que se situava entre o mar e a montanha retratada pelos fotógrafos.



Postal 12 – Bahia de Botafogo - Rio de Janeiro. Alexandre Ribeiro, 1910. (reproduzido da Biblioteca Nacional).

Postal 13 – Santa Cruz vista do Pão d’assucar. Alexandre Ribeiro, ao redor de 1910 (acervo pessoal).

No postal 12 a natureza está muito presente para sua contemplação, pois, seu aspecto estético é visível na centralidade dada à enseada de botafogo, bem como, os valores a ela atribuídos na presença, mais uma vez, das palmeiras, no canto esquerdo superior.

A natureza contribui ainda para definir a cidade. Embora tenhamos o Morro do Corcovado ao fundo, um signo característico do Rio de Janeiro mesmo antes da construção do monumento a Cristo; a marca da cidade é representada pela maneira na qual a ação humana parece envolver por completo a natureza. O próprio ângulo da câmera do fotógrafo sugere isso: seguindo a geografia do relevo, a civilização se impõe no meio físico.

Nos dois postais acima encontramos a técnica fotográfica do uso das panorâmicas. Como técnica fotográfica, a perspectiva, o ângulo, o posicionamento da câmara, tem a intencionalidade de mostrar a grandiosidade da cidade num verdadeiro espetáculo visual.

A linguagem fotográfica traduz práticas do olhar, onde a visão panorâmica pode ser entendida, a partir da sua relação com a cidade do Rio de Janeiro, por dois aspectos. O primeiro permite a contemplação perfeita da natureza e fomenta, nessa contemplação, ideias que alimentam o imaginário de um paraíso tropical.

O segundo aspecto da visão panorâmica é dado pelo fato dela só ser revelada a partir de um ponto mais elevado como no postal 13. Desta forma, o posicionamento e o olhar superior ao visualizar a cidade oferecem ao observador do cartão-postal aquilo que David Harvey (1992) chamou de visão de Deus da cidade (“*God-Like vision of the city*”). Uma visão que remete a um domínio e a um controle do todo. Assim, vemos a cidade como um todo, e a incorporamos às nossas mentes como uma totalidade. A paisagem urbana aqui é então a expressão máxima da totalidade e por que não dizer do domínio do homem sobre a natureza.



Postal 14 – Caminho aéreo do pão d’ assuçar, s. autor, ao redor de 1913 (retirado de GORBERB, 2002). **Postal 15** – Cristo Redentor, sem autor, 1932 (acervo pessoal).

O teleférico foi uma obra de engenharia bastante arrojada para a época. Na inauguração do primeiro trecho, entre a Praia Vermelha e o Morro da Urca, a Companhia ofereceu um almoço e uma prévia do passeio à imprensa. Nesta ocasião, o diretor da Companhia realizou o seguinte discurso:

Senhores representantes da imprensa – por ser a imprensa o órgão de opinião pública, órgão que sabe elevar assim como sabe deprimir, é que resolvemos convidar para verem e contarem ao público esta obra arrojada, este grande melhoramento para a nossa amada pátria, que felizmente hoje, devido aos esforços de seus filhos, tem progredido prodigiosamente, é uma jóia que todos admiram com entusiasmo (CARDOSO, 1912 apud Silva, 1999, p.50).

As palavras “melhoramento”, “amada pátria”, “esforços de seus filhos” e “jóia” constituem o universo simbólico do momento vivenciado no Rio de Janeiro. O “melhoramento” é sinal de modernização da cidade, outrora escravocrata; a “amada pátria” nos remete à necessidade da Primeira República de criar uma identidade do Brasil a partir da capital federal; o “esforços de seus filhos” trata, na verdade, dos grandes feitos da engenharia nacional que resultam numa “jóia”, a cidade, *locus* por excelência da modernidade (Ibid).

O caminho aéreo seria na paisagem dos cartões-postais o símbolo da cidade moderna que, é entendida não apenas pelas ações humanas, mas pela relação dessas ações com o meio físico, ou seja, expressa a cidade, na medida em que representa urbanidades e, ao mesmo tempo, em que se apresenta enquanto obra da natureza. Desta forma, Silva (1999) defende o Pão-de-Açúcar e o bondinho como um duplo monumento, o primeiro doado pela natureza, e o segundo fruto da intervenção humana.

Terminando de compor o cenário monumental do Rio, está a estátua do Cristo Redentor, sobre a montanha do Corcovado, inaugurado em 1931 (postal 15). Antes mesmo da construção da estátua, já havia uma estrada de ferro e o mirante no alto do morro, bem como um hotel e um restaurante. O Morro do Corcovado, portanto, já era um local de passeio das famílias tradicionais da cidade.

Grinberg (1999) apresenta a estátua do Cristo Redentor com uma referência espacial da cidade dotada do sentido de celebrar, por um lado, o mito de origem da nação, o descobrimento da Terra de Santa Cruz e, por outro lado, construir um símbolo católico face à república laica, inventando o lugar da Igreja na vida nacional e republicana.

Por isso, em 1922, o projeto do Cristo Redentor que teve sua origem nos jesuítas ganhou força, por ocasião da comemoração do Centenário de Independência. Nesse momento, a República precisava de um signo que marcasse a memória da cidade e do país, ao mesmo

tempo em que a Igreja necessitava participar dessa República, pois pretendia estender suas bases em nível nacional (Ibid).

Já que o monumento, nas dimensões do que se pretendia, possuía custos elevados, a solução encontrada foi projetá-lo enquanto “obra nacional”. Para isso, deveria ser erguido com a contribuição de todos. Assim, a Igreja foi utilizada para receber toda a arrecadação, irradiando a coleta para cada uma das dioceses brasileiras. Temos então, na construção do monumento do Cristo Redentor os termos católicos e brasileiros alternando-se nos discursos sobre a cidade, mas que possuem uma dimensão ainda maior: o país (Ibid).

Contudo, se a origem do monumento baseia-se nas intenções religiosas, não tardou o mesmo a tornar-se um símbolo da cidade e um grande atrativo turístico por possuir uma vista deslumbrante de todos os seus ângulos. Neste caso, é reafirmada no imaginário social a representação da natureza que ressalta o orgulho pela beleza ímpar de uma cidade, construção humana capaz não só de dominar a grandiosidade da natureza, mas, sobretudo, de combinar-se a ela. Assim, o monumento ao Cristo Redentor se qualifica por ser uma obra de engenharia moderna que emite para quem o observa a imagem da cidade e sua representação de cidade maravilhosa.

Tomando a parte pelo todo, a cidade do Rio de Janeiro seria a síntese do Brasil republicano e moderno que os postais, mais de 30 anos antes do hino oficial¹⁰, já tentavam expor através das lentes dos fotógrafos. A Cidade Maravilhosa, cheia de encantos mil, é aquela criada pelo progresso humano e sua técnica que transformou um meio hostil, pantanoso, mal-cheiroso, limitado por maciços, valorizando assim aquela deslumbrante imagem que nos arranca suspiros.

Se foi o motivo edênico que definiu o Brasil a partir da sua natureza, a paisagem do Rio de Janeiro encanta pela apreciação das belezas urbanas e naturais, pois, para Jaguaribe (1998, p.170), “ao longe, entre o rolar dos bondes, avista-se a paisagem natural, a exuberância dos trópicos como moldura dos hábitos civilizados”. A paisagem é, pois, uma marca para o habitante dessa cidade que constrói o imaginário de cidade maravilhosa.

Assim, reafirma-se no imaginário social uma representação da natureza que ressalta o orgulho do carioca por sua beleza ímpar, além de ser uma cidade moderna aberta para o mundo. O conteúdo simbólico presente nas paisagens é utilizado para a produção de mitos e imagens a serem divulgados, entre eles, o que defendemos ser o mito da beleza da cidade maravilhosa.

O conteúdo simbólico presente no espaço não-verbal, segundo Ferrara (1988), constituído de textos não-verbais em diversas escalas nas cidades: a natureza, a arquitetura, ruas, avenidas, bairros, programação visual, publicidade, moda, veículos de comunicação formam a imagem da cidade não apenas no sentido exclusivamente visual, mas, ao contrário, uma imagem que envolve a figuração urbana na dimensão significativa de planejadores urbanos e dos usuários. Ou seja, uma imagem que contribui para a formação da identidade de um povo e que ajuda a justificar um discurso urbano dos primeiros anos da república e hoje re-apropriado pelo capital em suas novas formas de organização do espaço carioca.

A ideia de uma cidade maravilhosa continua sendo alimentada pela mídia, principalmente na produção de telenovelas cujas histórias em sua maioria se passam no espaço carioca onde se divulga a cultura de uma população em nível nacional, bem como suas memoráveis paisagens, e pelas artes, como no cinema nacional e na música. A bossa nova, o samba, o Hip-Hop e diversos outros ritmos musicais exaltam e reproduzem o mito da beleza na cidade do Rio de Janeiro.

¹⁰ A música de André Filho escrita em 1934 só se tornará hino oficial da cidade em 1960.

No período de construção do mito da beleza, os cartões-postais foram fundamentais para a afirmação e propagação de ideias sobre a cidade. E como já registrado anteriormente, somente parte desta beleza da cidade é propagada; que é aquela da Zona Sul da cidade onde as belezas naturais se conservaram, ou melhor, foram dominadas pelo homem e local onde classe alta se instalou. Assim, esses cartões postais servem como um veículo de divulgação da representação dessa beleza carioca, e quanto mais se expandiam e multiplicavam esses cartões postais, era como se fizéssemos o *marketing* da cidade. Isto era fundamental, já que os meios de comunicação do Brasil nesta época eram escassos e precisávamos retratar nossa cidade como uma cidade bela, exuberante não apenas pela natureza, mas pelas mãos humanas.

Considerações finais

O cartão postal é fonte iconográfica que nos atualiza de um passado através das formas espaciais que, para Ferrara (1988), são a linguagem não-verbal que se auto-anuncia através de seus índices. Neles, estamparam-se fotografias diversas, seleção de ângulos, alternativas e possibilidades, sendo, portanto, a própria escolha no ato de fotografar, índice do significado urbano.

Na semiologia dos cartões-postais não se limitou apenas à análise do visível, mas também do seu sentido, da percepção das marcas visuais que se quis provocar à medida que os postais circulavam como meio rápido e mais econômico para a comunicação e, ainda, como objeto de colecionadores.

O “ver” a cidade e o “viver o ver” a cidade se completaram na elaboração de uma identidade de cidade maravilhosa que valoriza o ser no lugar que, a partir da década de 1920, e, mais especificamente, no Estado Novo, somar-se-á aos atributos de ser carioca como um tipo humano que encerraria em si o povo brasileiro.

A imagem dos postais corresponde ao instantâneo da fotografia, bem como à falsa impressão de se estar “aprisionando” a realidade. Além disso, podemos dizer que também atua para uma publicidade da cidade pelos seus espaços públicos. Enquanto constatação daquilo que se vê, a imagem interage com o imaginário no campo da percepção, sendo este estimulado ou desencadeado pelos sentidos atribuídos a imagem.

Por fim, os postais, na sua dimensão histórica, tocam o passado. Mais do que a memória da cidade, lembranças eternizadas na paisagem, os cartões-postais, contribuíram para o desenrolar de uma corrente de pensamento contínuo que se estendeu pelos braços do imaginário social, para a formação da memória urbana. A fotografia conservou a memória da cidade que retifica a sua condição de “maravilhosa”, deixando de fora tudo aquilo que não contribuía para o padrão que se refere as maravilhas humanas e as maravilhas da natureza formando um quadro único, a paisagem.

Fixos, fluxos, ideias, valores, simbolismo, fizeram parte da dimensão universal do Rio de Janeiro, experimentada durante a Primeira República. Espaço de sentido, História, Geografia e memória se entrelaçam numa trama da ação humana sobre o meio físico.

As representações da cidade são construções simbólicas, plenas de valores sociais, estas produzem efeitos na própria dinâmica da cidade. Assim, percebemos que as imagens selecionadas pelos editores e fotógrafos nos permitem verificar a vontade de se mostrar a beleza da cidade e por cima desta beleza o caminho do progresso. A partir de duas representações da cidade, uma ordenada e outra de natureza tropical, a cidade maravilhosa insurge e advoga para si concepções e reorganizações espaciais que ainda hoje se verifica nas políticas públicas, como, por exemplo, ao gerir recursos para o melhoramento de certos lugares em prol de outros, como verificado em obras mais recentes como o Rio Cidade, bem

como no projeto de expansão urbana para a Zona Oeste, mais especificamente a Barra da Tijuca.

A mesma ideia ainda é muito utilizada como um *marketing* na propaganda turística. Como se o Rio de Janeiro tivesse uma vocação “natural” para o turismo, cultura e lazer. Uma vocação, na verdade desenvolvida no período da República Velha e hoje reapropriada nos mandatos de César Maia (o primeiro mandato foi entre 1993 e 1997, o segundo entre 2001 e 2005 e o terceiro entre 2005 e 2009) e já indicada no novo mandato de Eduardo Paes cujo primeiro mandato correspondeu ao período de 2009 a 2012 e o segundo iniciará em 2013.

O sonho da candidatura do Rio de Janeiro como sede dos Jogos Olímpicos de 2004 e, novamente tentativas para 2012 e 2016, fizeram reacender as representações do passado da cidade. De tempos em tempos, seja por ações estritamente políticas e econômicas, seja pela necessidade de auto-estima, conforme desenvolvido por Lessa (2000), ou mesmo pelas práticas sociais de hoje, como, por exemplo, os aplausos no pôr-do-sol na praia de Ipanema, ou para o bondinho que passa no alto dos Arcos da Lapa; a ideia de Cidade Maravilhosa se refaz e revigora a imagem da cidade e do cidadão carioca.

Em suma, como forma de propagação de ideias e valores, a sociedade da república velha privilegiou retratar a beleza que desfrutava, tanto no sentido de um paraíso tropical quanto numa civilização que insurge a partir do domínio do meio pela técnica e isto está claramente estampado nos cartões postais. Defendemos que este aspecto desenvolvido nos primeiros anos do século XX criou o mito da beleza da cidade maravilhosa.

A análise dos cartões postais nos permitiu avaliar os valores atribuídos pela sociedade num determinado período de tempo. A beleza e o progresso andavam juntos, e são esses dois parâmetros, indissociáveis definem a cidade do Rio de Janeiro e se manifestam no epíteto de Cidade Maravilhosa. Isto é, a apreensão estética da paisagem carioca não se dá apenas pela admiração do “paraíso tropical” ou apenas pelas construções humanas, mas pela confluência desses dois sentidos, sendo o sítio urbano construído entre a montanha e o mar. A cidade é, portanto, o *locus* de criação da civilização dos trópicos.

Referências Bibliográficas

ABREU, Maurício de Almeida. **A Evolução Urbana do Rio de Janeiro**. Rio de Janeiro: IPLANRIO, 1997.

BERGER, Paulo. **O Rio de Ontem no Cartão Postal 1900-1930**. Rio de Janeiro: Rio Arte, 1983.

ARAUJO, Hermetes Reis de. **Da mecânica ao motor: a idéia de natureza no Brasil no final do século XIX**. In: *Natureza e Poder*. Revista Projeto História, n. 23. São Paulo: Educ, 1981.

BERQUE, Augustin. Paisagem-Marca, Paisagem-Matriz: elementos da problemática para uma geografia cultural. In: CORRÊA, Roberto Lobato; ROSENDAHL, Zeny (Orgs). **Paisagem, Tempo e Cultura**. Rio de Janeiro: EDUERJ, 1998. 84-91p.

CLAVAL, Paul. A paisagem dos geógrafos. In: CORRÊA, Roberto Lobato, ROSENDAHL, Zeny (Orgs). **Paisagens, textos e identidade**. Rio de Janeiro: EDUERJ, 2004. 13-74 p.

CORRÊA, Roberto Lobato. **Região e Organização Espacial**. São Paulo: Ática, 1987.

COSGROVE, Denis. A geografia está em toda parte: cultura e simbolismo nas paisagens humanas. In: CORRÊA, Roberto Lobato, ROSENDAHL, Zeny (Orgs). **Paisagem, tempo e cultura**. 2ª ed. Rio de Janeiro: EDUERJ, 2004.

ENTLER, Ronaldo; OLIVEIRA JR., Antônio Ribeiro de. Augusto Malta e Marc Ferrez: **Olhares sobre a construção de uma metrópole**. In: Revista 19&20, Rio de Janeiro, v. III, n. 4, out., 2008. Disponível em: <http://www.dezenovevinte.net/arte%20decorativa/am_mf.htm>. Acessado em 23 de Janeiro de 2009.

ESSUS, Ana Maria Mauad de S. A. O espelho do poder: fotografia, sociabilidade urbana e representação simbólica do poder político no Rio de Janeiro da *belle époque*. In: SOUZA, Célia F. de; PASSAVENTO, Sandra J. (Orgs.). **Imagens Urbanas: Diversos olhares na formação do imaginário urbano**. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 281-292 p. 2008.

FERRARA, Lucrecia D'Aléssio. **Ver a Cidade**. São Paulo: Nobel, 1988.

FRANÇA. Jean M. Carvalho (Org). **Visões do Rio de Janeiro Colonial**: antologia de textos, 1531-1800. EDUERJ: J. Olympio, 1999.

FONTANILLE, Jacques. **Semiótica do Discurso**. São Paulo: Contexto, 2007.

GRINBERB, Lucia. República Católica: Cristo Redentor. In: KNAUSS, Paulo (Coord.). **Cidade Vaidosa**: imagens urbanas do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro: Sette Letras, 1999. 56-72 p.

GORBERG, Samuel. **A propaganda no Brasil através do cartão-postal 1900-1950**. Rio de Janeiro: S. Gorberg, 2002.

HARVEY, David. **Condição Pós-Moderna**. São Paulo: Edições Loyola, 1992.

JAQUARIBE, Beatriz. **Fins de século**. Cidade e cultura no Rio de Janeiro. Rio de Janeiro: Rocco, 1998.

JOLY, Martine. **Introdução a análise da imagem**. Lisboa: Edições 70, 1994.

LAMEGO, Alberto Ribeiro. **O homem e a Guanabara**. Rio de Janeiro, 1948.

LESSA, Carlos. **O Rio de todos os brasis**: uma reflexão em busca de auto-estima. Coleção Metrôpoles. Rio de Janeiro: Record, 2000.

MACHADO, Marcello de Barros Tomé. **A Modernidade no Rio de Janeiro**: construção de um cenário para o turismo. Rio de Janeiro: Secretaria Municipal das Culturas. Coordenadoria e documentação e informação cultural, 2008.

MOREIRA, Ruy. O racional e o simbólico na Geografia. In: SOUZA, Maria Adélia, et alli (Org.). **O novo Mapa do Mundo na natureza e sociedade hoje**: uma leitura geográfica. Hucitec: São Paulo, 1992. p. 46-55.

RABHA, Nina Maria de C. E. **Centro do Rio: perdas e ganhos na história carioca.** Tese de doutorado, PPGeo/UFRJ, 2006.

SAUER, Carl O. A morfologia da Paisagem. In: CORRÊA, Roberto Lobato, ROSENDAHL Zeny (Orgs). **Paisagem, tempo e cultura.** 2ª ed. Rio de Janeiro: EDUERJ, 2004. 72-74 p.

SEVCENKO, Nicolau. **Literatura como missão: tensões sociais e criação cultural na Primeira República.** São Paulo: Cia das Letras, 2003.

SILVA, Renata Augusta dos Santos. O Gigante e a Máquina: Pão de Açúcar. In: KNAUSS, Paulo (Coord.). **Cidade Vaidosa: imagens urbanas do Rio de Janeiro.** Rio de Janeiro: Sette Letras, 1999. 45-56p.

VALLE, Cid Prado. **Risonhos Lindos Campos.** Natureza tropical, imagem nacional e identidade brasileira. Rio de Janeiro: o autor, 2005.

WINIWARTER, Verena. Buying a dream come true. In: WINIWARTER, Verena. **Rethinking History** 5 (3). 2001. p.451-454.

Artigo recebido em 12-03-2011

Artigo aceito para publicação em 24-08-2012