

Cartões-postais e Foto-passeios: A Cidade de Fortaleza Enquadrada Sob Dois Pontos de Vista¹

Larissa Souza VASCONCELOS²

Roberta Felix DUARTE³

Silas José de PAULA⁴

Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, CE

Resumo

Este trabalho busca fazer uma análise das imagens da cidade de Fortaleza nos cartões-postais atuais, tentando compreender os significados e intenções das mesmas, bem como suas relações com a atividade turística na Cidade. Busca, ainda, propor outro olhar sobre esta, utilizando a prática do foto-passeio como formadora de novos pontos de vista sobre os espaços, as pessoas e as dinâmicas sociais que acontecem neles. O texto sugere um comportamento alternativo à lógica exclusivista do consumo e do turismo.

Palavras-chave: Cartões-postais; Fotografia; Foto-passeios; Espaços Públicos.

Muitas cidades numa mesma Cidade

Evitem dizer que algumas vezes cidades diferentes sucedem-se no mesmo solo e com o mesmo nome, nascem e morrem sem se conhecer, incomunicáveis entre si. Às vezes, os nomes dos habitantes permanecem iguais, e o sotaque das vozes, e até mesmo os traços dos rostos; mas os deuses que vivem com os nomes e nos solos foram embora sem avisar e em seus lugares acomodaram-se deuses estranhos. É inútil querer saber se esses estão melhores do que os antigos, dado que não existe nenhuma relação entre eles, da mesma forma que os velhos cartões-postais não representam à Maurília do passado, mas uma outra cidade que por acaso também se chamava Maurília. (CALVINO, 1990, p.30).

Seguindo o exemplo de Ítalo Calvino, trataremos aqui de muitas cidades que existiram no mesmo solo e, muitas vezes, ao mesmo tempo. Pois não há cidade única, concisa, não importa qual seja ela. Muitas cidades moram dentro de uma mesma Cidade. Muitas cidades se encontram, conversam e se transformam dentro de uma metrópole. É possível perceber essas muitas cidades a partir dos seus registros em

¹ Trabalho apresentado na Divisão Temática 4 – Fotografia, da Intercom Júnior – Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Estudante de Graduação, 4º semestre do Curso de Comunicação Social – Habilitação em Jornalismo da UFC, email: emquasetudo@gmail.com

³ Estudante de Graduação, 8º semestre do Curso de Comunicação Social – Habilitação em Jornalismo da UFC, email: rfd.felix@gmail.com

⁴ Orientador do trabalho. Professor doutor titular do curso de Comunicação Social da UFC, email: silas@secrel.com.br



diversos meios, cada um com características próprias. Vídeos, fotografias, grafites, performances e contos, entre outros, narram cidades possíveis e cidades imaginadas.

Mas qual das cidades entre as muitas que habitam a metrópole é mostrada em cada um desses meios? Como se dá o processo de escolha dessa cidade a ser representada? Quais intenções carregam consigo essas representações e no que elas resultam?

Entre as muitas formas de representação, o cartão-postal nos pareceu o melhor para tratar de tais questões, por três motivos.

O primeiro motivo é o postal em si, suas especificidades como suporte, o universo simbólico criado em torno deste, independentemente do que nele está impresso. Aliando imagem a texto, o cartão-postal carrega consigo significados que os dois recursos que o compõem não conseguiriam isolados.

O segundo motivo está ligado às relações entre as pessoas e o espaço urbano representado em fotografias, estejam elas impressas em postais ou não. De quem falam aquelas imagens, e para quem? Qual a ligação existente entre o espaço representado e o espaço real? Qual a diferença entre as cidades mostradas em cada suporte?

O terceiro motivo, e é aqui que nosso objeto de pesquisa se define de forma mais clara, está na relação entre a cidade de Fortaleza representada nas fotografias e a Fortaleza cotidiana, vivida e sentida pelas pessoas que moram nela. Questionamos aqui se os lugares representados nos postais de Fortaleza são, para as pessoas que vivem nessa cidade, os mesmos lugares com que elas têm algum vínculo afetivo ou de memória. Ou seja, se a cidade representada em imagens é compatível com uma cidade “vvida”, uma cidade experimentada diariamente pelas pessoas que a habitam.

Assim, pretendemos comparar aspectos das cidades mostradas em dois meios distintos: nos postais de Fortaleza e nas imagens produzidas por jovens fotógrafos da cidade. Nossa metodologia consistiu na escolha de postais aleatórios da Cidade que possuam as imagens mais recorrentes desse meio, e na seleção de fotos produzidas pelos membros do grupo de fotografia da Universidade Federal do Ceará, o Geit (Grupo de Estudos da Imagem Técnica), tiradas em foto-passeios por Fortaleza. Ao contrapor as duas formas de registro, pretendemos identificar que aspectos diferentes de uma mesma cidade são mostrados em cada um deles, e como eles se relacionam com a cidade real e suas dinâmicas sociais.



A imagem comunica

Antes de começarmos a falar dos usos do postal em si, é importante falar um pouco das duas linguagens principais que o compõem, a escrita e a imagem, seus pontos de interseção e suas diferenças fundamentais.

Podemos definir o cartão-postal como uma forma simples e barata de correspondência. Este consiste num pedaço de papelão que cabe no bolso, com uma fotografia ou ilustração impressa de um lado e do outro lado um pequeno espaço para texto e endereçamento. Geralmente na parte de trás, encontramos uma legenda que identifica o lugar ou obra mostrada. Como o postal foi pensado para circular sem envelope, a linguagem utilizada pelo remetente precisa ser simples e direta. O pouco espaço para texto evidencia esse caráter do postal. A imagem impressa acaba ganhando papel de máximo destaque em comunicar, enunciar as poucas palavras que serão escritas.

Contudo, a função da imagem no postal não está limitada a ilustrar o que será escrito. Por possuir uma linguagem própria, a imagem carrega em si significados que o texto não poderia carregar sozinho. De acordo com Vilém Flusser, “Os textos não significam o mundo diretamente, mas através de imagens rasgadas. (...) Decifrar textos é descobrir as imagens significadas pelos conceitos” (2002, p. 10).

A imagem a que Flusser se refere não é objetivamente a imagem materializada em um suporte (fotografia, vídeo, entre outros), mas a imagem mental, produzida em nossas cabeças. Para Flusser “imagens são superfícies que pretendem representar algo. Na maioria dos casos, algo que se encontra fora do espaço e do tempo” (2002, p.7). A capacidade de formar imagens chamamos de imaginação.

Desde sua gênese, o homem sente a necessidade de materializar, trazer para fora de si, essas imagens em sua cabeça. Dos desenhos nas cavernas à imagem digital. A escrita é uma das formas de materialização dessas imagens mentais, assim como a fotografia. Entretanto as fotografias possuem uma característica especial: “são capazes de ilustrar textos, a fim de remagicizá-los” (FLUSSER, 2002, p.10). Assim, não falamos aqui só da capacidade de ilustração, mas da capacidade tornar mais próximo e significativo o que está escrito, ou seja, a capacidade de “mediação entre o homem e o mundo” (Idem, 2002, p.9).

A fotografia é a tentativa de transportar fragmentos do real para um suporte. Ao escolhermos retratar uma fração da realidade, entretanto, eliminamos a possibilidade de expor várias outras. José de Souza Martins trata do caráter que a fotografia tem de selecionar o que acreditamos que merece ser guardado: “A vida complexa, cheia demais, cheia de gente, de edifícios, de coisas sem vida, congestionada de solicitações visuais, encontrou na fotografia um meio de registrar e guardar o que ‘vale a pena’, o que queremos que fique” (2008, p. 40).

É exatamente isso que acontece no postal: uma imagem é eleita, e junto com ela, ideias, sentimentos e intenções, ao passo que outros são descartados. Mas quais são as ideias eleitas? E que intenções elas carregam consigo? E as imagens descartadas não poderiam ser as imagens eleitas de outras pessoas? É disso que tratamos adiante.

Cartão-postal: A cidade vista de cima

Entre os diversos usos do cartão-postal – como publicidade comercial ou institucional, objeto de coleção, cartão de visita de estabelecimentos ou campanhas em prol de causas ecológicas ou humanitárias, como é o exemplo da campanha da Anistia Internacional em boicote às Olimpíadas de Pequim em 2008 – o mais comum é a utilização deste como breve relato de viagem a ser enviado para alguém:

Quando viaja, o turista ou o viajante busca comunicar impressões do lugar visitado através de relatos que podem ser feitos durante a viagem ou após o retorno: fotografias em papel ou digitais, vídeos, *souvenirs* e cartões-postais são alguns dos registros possíveis. Tanto para turistas quanto para viajantes, os cartões-postais parecem ser um bom meio de comunicação com aqueles que ficam, uma das muitas formas de mostrar o que se viu e conheceu, enfim, de dizer que se “esteve lá”. (SIQUEIRA, 2005, p. 1).

Por esse motivo é mais fácil encontrarmos postais que retratem lugares turísticos e históricos da cidade visitada, ainda que sejam recorrentes imagens de peças de artesanato ou personagens tradicionais, que tenham uma representação significativa no imaginário popular daquela cidade.

Ao eleger um lugar para ser representado, o postal cumpre uma função metonímica, em que um recorte do espaço é utilizado para representar um todo, ou seja, um espaço específico da cidade é eleito para representar a cidade inteira.

Essa função metonímica acaba dando ao processo um caráter reducionista, onde uns espaços são priorizados e outros totalmente excluídos da representação. A eleição desses espaços está mais relacionada a dinâmicas sociais complexas e fatores históricos

do que simplesmente a características próprias dos lugares, como belezas naturais ou relevância histórica:

Justamente quando se quer comunicar ao outro o que se viu e sentiu, depara-se com imagens construídas, por exemplo, sob a forma mítica ou ideológica, imagens que não guardam nenhuma relação com a cultura – que é sustentada por grupos sociais de uma dada localidade. (SIQUEIRA, 2005, p. 1).

A escolha de lugares legitimados está intimamente ligada à atividade turística de cada cidade. O postal que é vendido aos turistas propõe-se a mostrar uma cidade idealizada, sem defeitos, pronta e embalada para o consumo:

O postal é indicador do ‘bom uso’ de cidade, sendo dele excluídos os “contra-usos”, tencionam a idéia positiva de cidade a ser difundida. Assim, favelas circundantes a locais nobres, ou zonas de baixa conservação usualmente não fazem parte do acervo de postais. (BARREIRA, 2008, p. 3).

Podemos relacionar a esses ‘bons usos’ da cidade imagem de uma metrópole moderna, aonde o progresso chegou e modificou os espaços, adequando a natureza à necessidade de conforto das pessoas. Assim, qualquer aspecto desarmônico do espaço é excluído desse meio:

As imagens apresentadas em postais são geralmente “pacatas” e “resolvidas”, no sentido de omissão das tensões urbanas. Na medida em que os cenários visuais estão fortemente conectados ao circuito da propaganda, funcionam como espécie de emblema da cidade idealizada. (BARREIRA, 2008, p. 4).

Tomando como exemplo Fortaleza, tal ideia se faz clara na imagem mais recorrente em cartões-postais da Cidade: a orla marítima ocupada por grandes arranha-céus e redes de hotéis e restaurantes, todos de frente para o mar. As fotos geralmente são tiradas no sentido praia-cidade, valorizando a sofisticação das construções (ver Anexos, figura 1).

Em referência à ideia de progresso, é recorrente encontrarmos imagens que mostrem paisagens naturais intocadas convivendo com as grandes construções urbanas. A preservação da natureza é outro fator ligado à boa imagem da cidade, atrativa para os turistas:

O incentivo cada vez maior ao turismo vem criando um novo discurso de exportação de imagens a serem propagadas e absorvidas para consumo. Duas perspectivas de apresentação da cidade marcam essa dinâmica. Enquanto a primeira remete ao desenvolvimento da metrópole, a segunda propõe uma espécie de paraíso, fundamentado na visão de uma região privilegiada por belezas naturais. É na perspectiva de uma elegia à natureza que emerge uma



série de cartões-postais que cultua a idéia de um destino turístico. (BARREIRA, 2008, p.11).

No caso específico de Fortaleza, o mar foi eleito como ícone de representação de belezas naturais. O enfoque na orla marítima é resultado de um processo progressivo de desvalorização do patrimônio arquitetônico do centro da cidade e transferência das atenções para a beira-mar. Com o tempo os hotéis também se deslocaram para perto da praia, atestando a desvalorização do Centro. Assim, com o crescimento da rede hoteleira e de restaurantes próximos ao mar para atender às demandas comerciais do turismo, firma-se a imagem do progresso e “agrega-se a essa imagem, o cenário das águas verdes do mar, como espécie de zona de respiração alusiva ao contraste entre cidade e natureza” (BARREIRA, 2008, p. 10).

Porém, não é somente a imagem do progresso que protagoniza os cartões-postais. É interessante perceber que o processo patrimonialista presente na eleição dos espaços que compõem os cartões-postais não está desvinculado da ideia de consumo. A memória local passa a ser objeto de interesse dos que visitam a Cidade, mesmo que esta memória seja desterritorializada e desconhecida dos que vivem nela.

Este processo está relacionado com o fenômeno hipermoderno de revisitar constantemente o passado. Conforme Lipovetsky: “Trata-se não mais de apenas ter acesso ao conforto material, mas sim de vender e comprar reminiscências, emoções, que evoquem o passado, lembranças de tempos considerados esplendorosos” (2004, p.89).

Usando novamente como exemplo os postais de Fortaleza, podemos perceber que imagens de prédios e lugares históricos como a Catedral Metropolitana (ver Anexos, figura 2) e a Praça do Ferreira (idem, figura 3) são extremamente recorrentes, mesmo que os usos desses espaços pelos fortalezenses não sejam unicamente os que se esperam de praças e igrejas, tampouco de prédios históricos. Estes lugares são muitas vezes utilizados como espaços de passagem ou consumo.

Nos dois casos, percebe-se uma movimentação comercial nas proximidades, sendo a Catedral, por exemplo, constantemente relacionada à feira que ocorria na praça em frente; ao passo que a história do templo permanece estranha a muitos que passam por ali. Assim, o caráter histórico desses espaços torna-se objeto de consumo dos que visitam a Cidade, mas muitas vezes é desconhecido pela população fortalezense.

É importante ressaltar que o resgate histórico dos espaços por meio dos postais, quando pensado exclusivamente para atender à atividade turística, traz consequências negativas para as pessoas que habitam a cidade:

Se no ‘antigo’ reside uma parcela importante da memória social e da identidade cultural dos habitantes da cidade, desconsiderar a questão do patrimônio histórico-ambiental urbano é exilar o cidadão, alijá-lo de seu próprio meio – fazer da cidade um ambiente hostil e estranho à maioria da população. (MAGALDI, 1992, p. 21).

Ainda sobre as pessoas, podemos perceber que são raros os postais de Fortaleza que as mostram ocupando e fazendo uso dos espaços retratados. As imagens, muitas vezes, consistem em panorâmicas aéreas, que mostram a Cidade do alto. De acordo com Barreira, “A matéria do postal é menos voltada para apresentação de pessoas, conferindo prioridade a espaços, abertos ou focalizados em monumentos” (2008, p.3).

Ao representar os lugares como meros cenários, apartando-os dos usos e sentidos dados a estes pelas pessoas que moram naquela cidade, os postais transformam as figuras humanas ali representadas, quando representadas, em meros figurantes. Nestas circunstâncias, a cidade vivida, experimentada diariamente pelas pessoas, se perde em diante de uma outra cidade, a cidade vista do alto, mostrada nos postais.

Essa imagem construída pelos postais, da cidade cenográfica vista de cima, vai de encontro à ideia primária e clássica de cidade. Percebemos o contraste quando tomamos como referência a origem grega da palavra cidade, *polis*, que tem como significado original “multidão”, ajuntamento de pessoas, relativo à *poli*, muitos.

As cidades nascem de baixo; nascem das ruas. As cidades são ruas e avenidas de troca e comércio, o aglomerado físico de pessoas, uma multidão caminhando nas calçadas movidas por curiosidade, surpresa, pela possibilidade do encontro, a vida humana não acima da confusão, mas no meio dela. (HILLMAN, 1993, p. 56).

Esse tipo de representação cenográfica da cidade, para Barreira, é oposta à representação na fotografia: “A valorização do ambiente urbano supõe a cidade como cenário estético, semelhante à pintura de um quadro, invertendo o sentido da fotografia, que toma como registro preponderante a presença de pessoas.” (2008, p.3)

Por esse motivo, acreditamos que a prática fotográfica pode ser um bom contraponto à ideia de cidade mostrada nos cartões-postais. Mais: que a prática fotográfica resultante de foto-passeios estaria mais integrada com a ideia de cidade

proposta por Hillman, uma cidade onde a vida humana não está acima da confusão, mas no meio dela.

Fortaleza tem 114 grandes bairros, conforme a Prefeitura⁵. Desse total, apenas 15 estão referenciados em cartões-postais. A maior parte das imagens registra pontos da orla e do Centro histórico, além de outras áreas próximas ao mar, ficando cerca de 80% da área total da Cidade desconhecida da maioria dos turistas. A inexistência de postais que retratem bairros afastados das regiões de interesse comercial e turístico demonstra que a Fortaleza dos postais representa pouco da Fortaleza vivida pelos cidadãos, apesar de haver lugares bonitos e aprazíveis espalhados por toda a Cidade. Praças, lagoas, monumentos, espaços culturais e históricos, áreas verdes e outros elementos de possível interesse para o visitante são deixados à parte do conjunto de imagens representativas legitimadas da capital cearense.

Certamente, a Cidade exibida nos postais existe e corresponde à realidade. Mas dentre as muitas cidades que acreditamos que compõem Fortaleza, os postais representam uma pequena parte: a cidade litorânea, a capital nordestina, a metrópole de prédios e avenidas, o centro comercial, as marcas históricas. A Cidade que os habitantes experimentam no dia a dia tem hábitos trazidos do interior do Estado, mantidos por uma parte significativa da população, como os varais e cadeiras na calçada; tem também o reconhecido bom humor dos cearenses. Entre os traços negativos, há problemas com a limpeza e a arborização urbana, e uma ideologia problemática de não preservar as construções antigas.

Para construir uma representação mais aproximada da cidade vivida, que permita ao observador conhecê-la além dos limites ditados pelo interesse turístico, propomos que a imagem seja construída em um processo diferente. Em vez dos ângulos panorâmicos, o observador se coloca no mesmo plano em que estão as pessoas que utilizam o lugar. A partir dessa proximidade, as pessoas são trazidas ao primeiro plano na composição visual dos registros. Por fim, a mudança dos lugares em foco apresenta novos ambientes aos olhos de quem visita a cidade. Essa proposta será analisada a seguir, por meio da descrição do processo de produção fotográfica do grupo de estudos do qual fazemos parte, o Geit.

⁵ Informação obtida no site da Prefeitura Municipal de Fortaleza: <http://www.fortaleza.ce.gov.br/>



Práticas fotográficas em grupo

O Grupo de Estudos da Imagem Técnica (Geit) reúne interessados na prática da fotografia, na maioria, estudantes do curso de Comunicação Social da Universidade Federal do Ceará (UFC), com participação eventual de fotógrafos profissionais e amadores. A ação do Geit é baseada na prática fotográfica dentro de Fortaleza: os participantes saem em passeios fotográficos periódicos pela Cidade e, paralelamente, discutem sua produção em reuniões. As finalidades são exercitar o ato fotográfico, registrar imagens de Fortaleza e conseqüentemente reunir material para portfólios, ensaios e exposições.

O grupo, coordenado pelo professor e fotógrafo Silas de Paula, tem reuniões semanais para discussão da produção dos membros e outros assuntos relacionados à fotografia. As reuniões começaram no segundo semestre de 2007, com foco na discussão teórica e observação do trabalho de fotógrafos estrangeiros contemporâneos. No início de 2008, os membros começaram a produzir individualmente e, no meio do ano, foi adotada a metodologia que é trabalhada atualmente. Há um ano, iniciamos a produção em grupo nos foto-passeios: os participantes saem juntos e visitam um mesmo lugar por oito semanas, em média. Durante esse período, discutem-se nos encontros o processo de captação, edição, composição de ensaios e outras impressões.

A pretensão do grupo é tirar dessa prática todo o proveito possível; mas também discutir teoria e a produção de outros fotógrafos, eventos na Cidade e o que mais for de interesse dos participantes e adequado à proposta geral.

Os foto-passeios ocorrem nos sábados. Escolhemos ambientes urbanos que proporcionem aos envolvidos segurança e a oportunidade de produzir ensaios fotográficos diversos, conforme o olhar de cada um. Não há tema determinado, nem qualquer orientação sobre o que fotografar, ficando cada um à vontade para produzir o que desejar. O Geit tem como objetivo geral compor um conjunto de imagens de lugares importantes para a Cidade, por seus aspectos sociais, estéticos, históricos, entre outros. Também nos interessa o que é cotidiano. A proposta de trabalho do grupo está de acordo com o que José de Souza Martins coloca como função da fotografia:

Na estética fotográfica, a fotografia propõe a simplicidade das coisas e pessoas fotografadas, das situações sociais que são objeto do ato fotográfico, como imagens que têm sentido, o sentido do belo, do

dramático, do trágico, do poético que efetivamente há no que parece banal, repetitivo e cotidiano. (MARTINS, 2008, p. 61).

Em um ano, realizamos foto-passeios em três lugares de Fortaleza: o Mercado São Sebastião, a Estação ferroviária João Felipe e o Centro da Cidade. Todos os ambientes ficam no Centro e têm movimentação diária de pessoas que vêm de todos os cantos da metrópole. Aqui, trataremos especificamente das visitas à estação, por terem envolvido mais membros do grupo e gerado trabalhos individuais mais consistentes.

A Estação João Felipe foi escolhida para os foto-passeios pelos múltiplos interesses que reúne. O prédio, inaugurado em 1880, preserva a arquitetura original. À época das visitas (de novembro de 2008 a fevereiro de 2009), passavam por ali até 15 mil pessoas por dia, vindas da Capital e de três municípios da região metropolitana, segundo a administração. Também motivou nossa escolha a vontade de registrar o movimento habitual anterior à mudança que estava por vir com as obras do metrô de Fortaleza, que, poucos meses depois, interrompeu parte do trajeto de uma das duas linhas de trens metropolitanos que se encontravam lá, desativando uma das plataformas. Enfim, estávamos curiosos para ver de perto o fluxo constante de pessoas com diferentes origens e destinos, a dinâmica do lugar, o movimento periódico dos trens, os vagões deteriorados etc.

Foto-passeio: a Cidade vista com os pés no chão

O foto-passeio é o momento em que o grupo vai a campo, observar a cidade e interagir diretamente com o cenário que pretende representar e com as pessoas que quer retratar. "Quando passeamos (e não simplesmente passamos), a cidade *acontece* para nós; transforma-se em drama e em cenário" (Kujawski, 1988, p. 49). Para perceber a vida do lugar como ela é no dia a dia, inserimo-nos diretamente nos espaços, interagimos com as pessoas que os ocupam, voltamos ao ambiente um número considerável de vezes até que nosso olhar consiga encontrar o que há ali que escapa a uma observação superficial.

O resultado mais evidente está nas imagens produzidas. Não seriam obtidas por um fotógrafo que se colocasse em algum ponto à parte do ambiente, na tentativa de fazer uma foto mais “pura”; ou por alguém que não tivesse qualquer familiaridade com a dinâmica do ambiente. Não são fotos pobres de significado nem fáceis de refazer. Na Estação João Felipe, por exemplo, uma opção comum de assunto seria a arquitetura do

prédio, de reconhecido valor histórico, ou mesmo as linhas em perspectiva das plataformas de embarque e desembarque. São os elementos que impressionam à primeira vista. Estão presentes nas fotos do grupo, mas não são o foco do trabalho.

Ao contrário, aparecem com frequência os trens velhos e enferrujados, e o comportamento inseguro das pessoas que seguem a viagem penduradas nas portas (ver Anexos, figura 4). Retratar esses elementos contraria “os bons usos da cidade” estampados e reproduzidos nos cartões-postais, conforme Barreira coloca. Mas essas cenas também nos dizem muito do que ocorre todos os dias naquele ambiente, de um comportamento espontâneo de pessoas da Cidade. A intenção em retratar essas cenas não é produzir uma imagem documental ou noticiosa sobre o comportamento dos usuários dos trens metropolitanos; pelo contrário, nesses mesmos retratos, os fotógrafos têm uma preocupação com a composição estética. Como nos diz Martins:

A preocupação propriamente estética do fotógrafo é que liberta a fotografia, sociologicamente analisável, da pobreza do raciocínio linear que a vê como equivalente de outros instrumentos de investigação sociológica e, portanto, como mero enriquecimento quantitativo dos métodos disponíveis. (MARTINS, 2008, p. 59).

Contudo, o foto-passeio não deve ser visto como um método técnico para se obter uma imagem mais autêntica da cidade. Produzir fotografias é parte da motivação e do resultado. Entendemos o foto-passeio como uma prática social, investigativa, interativa, que transforma o ato fotográfico em uma experiência de descoberta e reconhecimento da Cidade. Para os fotógrafos participantes, a consequência mais valiosa é subjetiva: está na mudança da forma de observar e viver na cidade, e na nova alteridade que resulta desse processo.

Os retratos, por exemplo, são feitos muitas vezes em meio a um contato direto com as pessoas retratadas – entre conversas, acenos, sorrisos, poses, chamados (ver Anexos, figura 5). Os fotógrafos puderam aprender, cada um a seu modo, como abordar os cidadãos que fazem parte daquele ambiente, tanto para fazer alguma foto quanto para saber mais do lugar e dos hábitos daqueles que o preenchem. Esse contato próximo com quem povoa a cidade enriquece a prática fotográfica, tanto para a conduta profissional do fotógrafo quanto para o conhecimento do lugar onde ele vive.

As fotografias produzidas nesse contexto são capazes de representar as identidades da cidade, considerando as especificidades desse processo de produção e o

interesse por lugares, objetos e pessoas menos conhecidos da maior parte da população. Segundo Phoebe Crisman, a subjetividade que o fotógrafo acrescenta à fotografia pode criar novas imagens representativas da cidade.

The idea that one brings individual experience to the photograph assists our understanding of the constitution of the human subject within representation. Representation creates identity, and we form ourselves – and our places – to be like images around us. Those who represent the culture to itself have the power to create identity, making the inherent power of photographic images in culture readily apparent⁶. (CRISMAN, 2007, p.7).

Assim, apontamos o foto-passeio como experiência valiosa para a produção de imagens que cumpram a função de carregar as identidades da cidade. Comparando as fotos feitas nos foto-passeios com aquelas que aparecem nos postais, encontramos elementos que confirmam o valor das primeiras como imagens representativas de Fortaleza. O fotógrafo, por ter tido contato direto com o meio e as pessoas, pode captar imagens que sejam mais eloquentes em informar ao destinatário sobre aquele lugar.

Essas fotografias podem apresentar cenas e ambientes que geralmente ficam esquecidos em meio à reprodução em série dos postais que mostram pontos famosos ou mais aproximados da cidade idealizada, suavizada em seus problemas e conflitos. O ângulo deixa de ser panorâmico ou aéreo e desloca-se para o mesmo ponto de vista de quem estaria com os pés no chão do lugar. As pessoas deixam de ser elementos secundários e podem aparecer com destaque na imagem, esta representando algum costume local ou mesmo as cores e os traços da população, tão ou mais importantes do que as marcas naturais e arquitetônicas do espaço urbano em questão.

Dessa forma, as imagens sugerem ao observador a sua presença física no local retratado, convidando para uma experiência direta naquele ambiente. Segundo P. B. Jacques há uma tendência que torna esse contato cada vez menos frequente no cotidiano dos habitantes da cidade:

O processo de espetacularização parece estar diretamente relacionado a uma diminuição tanto da participação cidadã quanto da própria experiência corporal das cidades enquanto prática cotidiana, estética ou artística no mundo contemporâneo. (JACQUES, 2008, p.1).

⁶ “A ideia de que se traz experiência individual à fotografia auxilia a nossa compreensão da constituição do sujeito humano dentro da representação. A representação cria identidade, e nós formamos a nós mesmos – e aos nossos lugares – para ser como imagens ao nosso redor. Aqueles que representam a cultura para si mesmos têm o poder de criar identidade, tornando o poder inerente às imagens fotográficas em cultura prontamente aparente”. Tradução das autoras.

Essa espetacularização que Jacques aponta está intimamente relacionada com a nossa comparação entre os postais que retratam os endereços turísticos e as fotos produzidas em percursos de observação e interação com o meio. Quando não se vê no postal a presença de pessoas, como saber o uso que a população faz daquele lugar? Como conhecer a cidade sem conhecer os cidadãos? O foto-passeio propõe um registro do lugar visto “de dentro” – a experiência corporal a que o autor se refere. A interação com as pessoas é uma possibilidade de exercitar também a participação cidadã. O fotógrafo conhece mais a sua cidade e pode desfrutar melhor dela e, a partir das suas observações, registrar imagens valiosas, acumular conhecimentos interessantes para si e para o seu trabalho.

Conclusão

Através do que foi exposto nesse artigo, pudemos perceber que os postais funcionam como uma espécie de indicador dos “bons usos” da cidade, e que eliminam de suas representações as tensões e conflitos inerentes ao espaço urbano. Atribuímos a causa desse fenômeno à estreita relação do veículo (o cartão-postal) com a atividade turística, que cria uma cidade idealizada e a transforma em objeto de consumo.

Pudemos perceber, ainda, que o postal mostra uma espécie de cidade-cenário, e que as pessoas raramente aparecem neste, a não ser como meros “figurantes”. Mais: que os espaços escolhidos para ilustrar os postais não são os mesmos que a maioria das pessoas da cidade utilizam em suas atividades cotidianas; são mais frequentemente ambientes destinados ao consumo dos que a visitam.

O cartão-postal, ao ignorar em suas representações os habitantes e os espaços significativos para estes, acaba se tornando um veículo quase exclusivo para o turista, “o outro”, gerando conseqüentemente a ideia equivocada de que os lugares representados nos postais também são exclusivos para esse “outro”.

Assim, propomos o exercício de um outro olhar sobre a cidade e acreditamos que o foto-passeio pode ser uma prática humanizadora para apreender este olhar: tanto por estar entre as pessoas e fazer fotos delas, quanto pela interação subjetiva com os espaços que influencia o ato de fotografar.

Sugerimos, então, que a prática do foto-passeio seja aliada à criação de postais que não estejam destinados exclusivamente aos turistas, mas também às pessoas que



moram na cidade, que eventualmente queiram guardar ou compartilhar suas impressões da mesma. Isso as influenciaria a reconhecer os espaços públicos como seus, e os postais como uma linguagem possível para narrar os seus cotidianos.

A relação de identidade e a apropriação dos espaços é o primeiro passo para que as pessoas zelem por eles. É preciso primeiro reconhecer o lugar como seu para então sentir a vontade e o dever de cuidar. Nós acreditamos que o foto-passeio seja um bom exercício para adotar essa prática.

REFERÊNCIAS

BARREIRA, Irllys. A. F. **Narrativas do olhar: Fortaleza em cartões postais**. In: Rogério Proença Leite. (Org.). *Cultura e vida urbana: ensaios sobre a cidade*. São Cristovão: Editores UFS, 2008.

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

CRISMAN, Phoebe. **Outside the Frame: a Critical Analysis of Urban Image Surveys**, in *Places: A Forum of Environmental Design* University of California Berkeley, 2007

FLUSSER, Vilém. **Filosofia da caixa preta: ensaios para uma futura filosofia da fotografia**. Rio de Janeiro: Relume Dumará, 2002.

HILLMAN, James. **Cidade & alma**. São Paulo: Studio Nobel, 1993.

JACQUES, P. B. . **Corpografias Urbanas**. In: IV ENECULT - Encontro de estudos multidisciplinares em Cultura, 2008, Salvador. Anais do IV ENECULT, 2008.

KUJAWSKI, Gilberto de Mello. **A crise do século XX**. São Paulo: Ática, 1988.

LIPOVETSKY, Gille; CHARLES, Sebastian. **Os tempos hipermodernos**. São Paulo: ed. Barcarolla, 2004.

MAGALDI, Cássia. **O público e o privado: propriedade e interesse cultural**. In: SÃO PAULO. Secretaria Municipal de Cultura. Departamento do Patrimônio Histórico. *O direito à memória - patrimônio histórico e cidadania*. São Paulo, 1992.

MARTINS, José de Souza. **Sociologia da Fotografia e da Imagem**. 1. ed. São Paulo: Editora Contexto, 2008.

SIQUEIRA, Euler David de, SIQUEIRA, Denise da Costa Oliveira. **Corpo, mito e imaginário nos postais das praias cariocas**. Trabalho apresentado no NP-19, Comunicação, turismo e hospitalidade, do XXVIII Congresso brasileiro de ciências da comunicação - Intercom, Rio de Janeiro, UERJ, 2005.

ANEXOS



Figura 1 – Orla marítima de Fortaleza

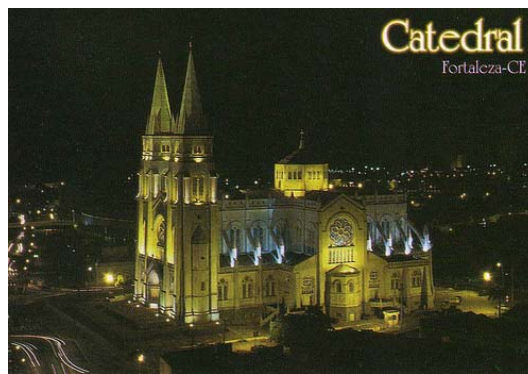


Figura 2 – Catedral metropolitana



Figura 3 – Praça do Ferreira, no Centro de Fortaleza



Figura 4 – Trem partindo da Estação João Felipe, ao fundo as casas de moradores do bairro. Foto de Iana Soares, produzida em foto-passeio do Geit UFC.



Figura 5 – Trem partindo da Estação João Felipe, passageiros posando para a fotógrafa. Foto de Iana Soares, produzida em foto-passeio do Geit UFC.