

## O CARTÃO POSTAL: A CONSTRUÇÃO HISTÓRICA DE GÊNEROTEXTUAL

Xênia S. da Silva<sup>1</sup>

**RESUMO:** Este artigo é parte inicial da dissertação de mestrado (em andamento), cujo título é “*Postal Publicitário, gênero Híbrido? O estudo da língua a partir de sua manifestação sócio-histórica*”. De forma que o objetivo desse estudo é o de analisar o surgimento do cartão postal e seu estabelecimento como gênero textual aceito e reconhecido socialmente. Para isso, é necessário, a partir de uma perspectiva diacrônica, fazer um levantamento dos fatores sociais e históricos implicados em seu surgimento. A posição assumida é a de que gênero é, antes de tudo, uma ação social, de modo que se busca amparo teórico nos estudos, entre outros, principalmente, de Bakhtin (2003; 2004), Bazerman (2005; 2006; 2007), Marcuschi (2008) e Miller (2009). O cartão postal exemplifica como o gênero textual é um construto social cuja aceitação envolve “uma série historicamente desenvolvida de compreensões, acordos e instituições políticas, legais e sociais” (BARZEMAN, 2005, p. 24). Explorar a natureza da coletividade, como alerta Miller (2005), possibilita compreender como o gênero textual se constitui instrumento regulador das ações dos indivíduos que por meio de textos “criam novas realidades de significação, relações e conhecimento” (BARZEMAN, 2005, p. 19). O gênero não se concretiza do desejo individual, mas, antes do reconhecimento coletivo implicando uma existência, ou seja, um motivo social. Segundo Miller (2009, p.30), a exigência se encontra no mundo social, e não na percepção subjetiva nem mesmo numa “circunstância material”, pois “a exigência é uma forma de conhecimento social\_ uma interpretação mútua de objetos, eventos, interesses e propósitos que não somente os ligam entre si, mas também os fazem o que são: uma necessidade social objetificada”.

**PALAVRAS- CHAVE:** Gênero Textual; cartão postal; história; sociedade.

**RESUMEN:** El artículo es la primera parte de la tesis (en curso), titulado "Postal Publicidad, ¿género híbrido? El estudio del lenguaje de su evento social-histórica. "Así que el objetivo de este estudio es analizar la emergencia de la tarjeta postal y su creación como un género aceptado y reconocido socialmente. Esto requiere de una perspectiva diacrónica, hacer una encuesta de factores sociales e históricos implicados en su aparición. La posición adoptada es que el género es, después de todo, una acción social, de modo que uno busca refugio en los estudios teóricos, entre otros, principalmente de Bajtín (2003, 2004), Bazerman (2005, 2006, 2007), Marcuschi (2008) y Miller (2009). La postal es un ejemplo de cómo textual de género es una construcción social cuya aceptación implica "desarrollado históricamente una serie de entendimientos, acuerdos e instituciones políticas, jurídicas y sociales" (BARZEMAN, 2005, p. 24). Explorar la naturaleza de la comunidad, alertando a Miller (2005), permite entender cómo el género textual constituye el instrumento normativo de las acciones de los individuos a través de textos "crear nuevas realidades de significado, las relaciones y el conocimiento" (BARZEMAN, 2005, p. 19 ). La carrera no se dio cuenta del deseo individual, sino que implica un reconocimiento colectivo de la existencia, es decir, un motor social. Según Miller (2009, p.30), el requisito es en el mundo social, ni siquiera en la percepción subjetiva de un hecho material "porque" el requisito es una forma de conocimiento mutuo social\_ una interpretación de los objetos, acontecimientos, los intereses y propósitos que no sólo obligará a la otra, sino que también hacen lo que son: una necesidad objetiva social ".

**PALABRAS CLAVE:** Género textual; postal, historia, sociedad.

<sup>1</sup> Mestranda em Linguística pela Universidade Federal de Pernambuco.

## Introdução

Os gêneros textuais fazem parte da vida social, mediando a relação dos sujeitos ao usarem a linguagem. Seu estudo não é recente do ponto de vista cronológico, mas as abordagens contemporâneas buscam o aprofundamento no estudo de gênero, considerando os gêneros além dos literários, permitindo uma visão para além dos aspectos meramente textuais. Tal visão favorece o reconhecimento de que eles são artefatos culturais que implicam relações sociais situadas em algum momento histórico. O precursor dessa ‘nova’ concepção é Bakhtin e seu círculo, cujos estudos orientam os trabalhos de diversos pesquisadores, como, por exemplo, Adam (2004); Bazerman (2007; 2005); Bonini (2005); Bhatia (1993; 2008); Berkenkotter (1995); Charaudeau (2004; 2006; 2009); Faraco (2003); Marcuschi (2008); Maingueneau (2002; 2004); e Miller (1984; 1994; 2009).

Segundo Bazerman (2006, PP. 9-10), “gênero, como um conceito rico nos estudos linguísticos, pode nos falar da mente, da sociedade, da linguagem e da cultura e até da organização e do funcionamento das leis e da economia, como também de muitos outros aspectos da vida letrada”. Daí a compreensão do cartão postal só ser possível a partir da análise de seu funcionamento em sociedade, na sua relação com os sujeitos, na sua relação com a cultura e na sua relação com a instituição de determinada área comunicativa.

Neste artigo<sup>2</sup>, objetivamos compreender as dinâmicas sociodiscursiva, cultural e histórica que possibilitaram o surgimento do cartão postal, identificando os gêneros do discurso que colaboraram para sua existência. A existência de uma multiplicidade de gêneros que compõem o arquivo coletivo permite uma economia na comunicação, pois os usuários não precisarão criar um gênero novo para cada ato comunicacional inusitado, porém, se necessário, poderá adaptar, renovar ou misturar os já existentes.

Para entender essa flexibilidade genérica, é preciso considerar as relações entre língua e sociedade e é preciso recuperar os fatores sociais, culturais e históricos que permitiram o surgimento do cartão postal. Desse modo, abordaremos as teorias relacionadas ao funcionamento da língua e as atividades implicadas no surgimento e no uso do cartão postal, como a histórica dos serviços postais (com ênfase ao do Brasil<sup>3</sup>); as relações entre os indivíduos na instituição Correios; os gêneros produzidos para que o gênero cartão postal tivesse estatuto de gênero; a relação entre gêneros; e as atividades desenvolvidas pelos indivíduos na esfera discursiva na qual circula o gênero em estudo / o gênero cartão postal. Tais categorias oferecem a possibilidade não só de entendermos o gênero, mas de entendermos também os fatos sociais que os gêneros textuais produzem, a partir dos quais teceremos nossas considerações.

---

<sup>2</sup> Uma pequena parte de uma pesquisa de mestrado sobre gênero textual em andamento. <sup>3</sup> Será aprofundada no desenrolar da pesquisa.

## 1. Língua, gênero textual e relações sociais

O processo de conhecimento é regulado [...] por uma contínua interação de práticas culturais, percepção e linguagem. (Izidoro Blikstein)

Podemos dizer que os “atos de fala” movem os sujeitos entre as diversas formas de relações sociais aos quais são submetidos. Por meio deles, esses sujeitos comunicam e efetivam suas intenções sobre a natureza e sobre a sociedade da qual fazem parte. Dessa forma, “ao falar uma língua, o sujeito é incorporado a um universo de categorização, de distinções seletivas e de avaliações. Sistemas simbólicos são tanto estruturantes quanto estruturados” (HANKS, p. 53) e, indo muito mais além, a língua atua nas condições de manutenção das relações de poder da sociedade, pois o homem, ao ser inserido no mundo social, submete-se à cultura de determinada época histórica, na qual a linguagem é o meio primordial e estruturador da interação entre os seres sociais.

A partir de tais relações, os sujeitos vão ocupando os espaços que lhe cabem na roda social, numa dinâmica cuja linguagem é também um produto social e se configura a partir das ações colaborativas (mesmo inconscientes) desses sujeitos, porque “ao se engajarem na prática linguística, a despeito de suas intenções ou objetivos, os atores sociais são cúmplices das difusas relações de poder às quais sua linguagem é incorporada” (HANKS, p. 53).

As várias tentativas para que fosse emitido o cartão postal ilustra como funciona a relação de poder. A princípio, início do século XIX, foram sugeridos por várias pessoas influentes um meio de correspondência que pudesse circular a descoberto, ideal para mensagens curtas, mas que custasse a metade do valor de uma carta convencional (DALTOZO, 2006). Apesar de ser uma ideia excelente, nenhuma das versões particulares circulou ou foi usada efetivamente, pois não havia o aval institucional do Serviço Postal e nem o reconhecimento da comunidade discursiva para a qual o gênero foi sugerido. O uso efetivo do cartão postal, como gênero socialmente reconhecido, só se tornou possível quando foi aceito, reconhecido e acionado para responder às exigências sociais de sua época histórica (século XIX), em outras palavras, os gêneros do discurso “estão assentados em práticas sociais de produção e recepção, não possuindo uma existência independente e isolada” (Hanks, 2008, p. 84). Diante desse fato, podemos dizer que essas relações também norteiam o uso de determinados gêneros em detrimento de outros.

O gênero do discurso funciona como os demais signos da sociedade, que representam e constituem realidades socioculturais, além do mais é a peça fundamental para a manutenção e tipificação dos diversos fatos sociais por eles criados. Daí, as ações dos sujeitos ao se efetivarem através da linguagem (verbal/ não verbal) pressupõem atos de fala textualmente colocados em determinado gênero para atender uma dada *situação social* estereotipada cerceada por *propósitos* a partir de *exigências* e condições contextualmente situados, quer dizer, atrelados à realidade fabricada culturalmente e pertencente à coletividade (BLISKSTEIN, 2003).

Sobre o aspecto coletivo da ação genérica, tomemos outro exemplo relacionado ao cartão postal: em 1861, foi patenteado um *postal card* em Filadélfia, USA, por J. P. Carlton, que nunca fora editado e circulado, pelo menos não há registros que apontem esse fato. Tal

acontecimento ilustra como os gêneros textuais passam por sanções culturais e sociais até serem aceitos efetivamente pela comunidade discursiva institucionalizada em determinada época. Dessa forma, não há possibilidade de analisar o cartão postal como gênero do discurso sem compreendermos as relações de seu universo discursivo com a cultura e a história da época. Com tal constatação, compartilhamos a conceituação de gênero operada por estudiosos<sup>3</sup> como Bakhtin, Bazerman, Miller, Swales (já supracitados) brevemente citada neste artigo.

## 1.1 O gênero textual

A interação verbal constitui a realidade fundamental da língua. (Bakhtin, 2004)

Partimos da compreensão de que todo gênero textual adquire sentido situado no tempo/espaço histórico no qual acontecem as interações; podemos perceber o valor de um gênero para a vida em sociedade, pois, como já fora salientado, “o surgimento de um gênero está intricadamente ligado às mudanças nas relações e nos papéis profissionais, às mudanças institucionais, ao surgimento de normas e identidades profissionais, à ideologia, à epistemologia, à ontologia e à psicologia” (BAZERMAN, 2005, p. 60).

A teoria de Bakhtin, precursora dos estudos de gêneros sob o ponto de vista sociodiscursivo dialógico e histórico, aponta para o fato de que a compreensão de gênero não se dá apenas pela observação de sua forma linguístico-textual, mas a partir de sua relação dialética com a história. Esse autor define gêneros do discurso como tipos relativamente estáveis e normativos de enunciado. Embora, use o termo “tipo”, não deve ser confundido com sequências tipológicas de textos, que pertencem à dimensão textual, localizadas no interior de um gênero do discurso.

Rosângela Hammes Rodrigues, em artigo sobre gêneros e a perspectiva bakhtiniana (in. MOTTA-ROTH, 2005, 165), além de sintetizar muito bem a noção de gêneros, chama a atenção para a relação da “**situação social**”<sup>4</sup> de interação dos gêneros” com a ideia de cronotopos<sup>5</sup>:

[...] os gêneros correspondem a situações sociais de interação verbal típica (mais ou menos estabilizadas e normativas): cada gênero está vinculado a uma situação social de interação, dentro de uma esfera social; tem sua finalidade discursiva, sua própria concepção de autor e destinatário. [...] **Cada gênero está assentado em diferente cronotopos, pois inclui um horizonte espacial e temporal (qual esfera social, em que momento histórico, qual a situação de interação)**, um horizonte temático e axiológico (qual o tema do gênero, qual a sua finalidade ideológico-discursiva) e uma concepção de autor e destinatário. (grifo nosso)

---

<sup>3</sup> Isso não representa desprezo a outros estudiosos, mas, neste espaço, optamos por esses estudiosos por uma questão metodológica.

<sup>4</sup> Grifo nosso.

<sup>5</sup> Para aprofundar a noção de cronotopos elaborada por Bakhtin para o estudo, ver *Questões de Literatura e Estética: a teoria do romance* (1993, pp. 211-362).

De fato, o surgimento de um gênero, como o cartão postal, está diretamente relacionado ao seu *cronotopos*, pois é na delimitação espaço/ tempo histórico que se podem construir parâmetros de análises dos elementos que constituem o gênero tanto na sua dimensão contextual quanto na dimensão cotextual.

Swales (1990, *apud* RODRIGUES, 2009, p. 22), conceitua gêneros baseado em cinco características <sup>6</sup>, que, de certo modo, são retomadas por outros autores com algumas modificações. O autor (1990, p. 58) conclui que:

Um gênero compreende uma classe de eventos comunicativos, cujos exemplares compartilham os mesmos propósitos comunicativos. Esses propósitos são reconhecidos pelos membros mais experientes da comunidade discursiva original, e, portanto, constituem a razão do gênero. A razão subjacente dá contorno da estrutura esquemática do discurso e influencia e restringe as escolhas de conteúdo e estilo. O propósito comunicativo é o critério privilegiado que faz com que o escopo do gênero se mantenha relacionado estreitamente com uma determinada ação retórica compatível com o gênero. Além do propósito, os exemplares do gênero demonstram padrões semelhantes, mas com variações em termos de estrutura, estilo, conteúdo e público-alvo. Se forem realizadas todas as expectativas em relação àquilo que é altamente provável para o gênero, o exemplar será visto pela comunidade discursiva original como protótipo. Os gêneros têm nomes que são herdados e produzidos pelas comunidades discursivas e importados pelas comunidades. Esses nomes constituem uma comunicação etnográfica valiosa, porém tipicamente precisam de validação adicional.

Enquanto que, para Miller, a conceituação envolve uma perspectiva de gênero como ação social, cujas noções *de recorrência e ação retórica* são fundamentais. Para ela, o gênero é uma ação retórica tipificada compartilhada em *situações recorrentes*. A noção de ação *retórica* implica ação pragmática efetivada nas relações sociais. A autora desenvolve o conceito de gênero a partir de cinco elementos baseados nas Teorias Hierárquicas do Sentido<sup>7</sup>. Segundo, a pesquisadora (2009):

A compreensão de gênero retórico [...] é baseado na prática retórica, nas convenções de discurso que uma sociedade estabelece como maneiras de “agir junto”. Essa compreensão não se presta à taxionomia, porque gêneros mudam, evoluem e se deterioram; o número de gêneros correntes em qualquer sociedade é indeterminado e depende da complexidade e diversidade da sociedade (p. 41). Como uma ação significativa e recorrente, um gênero incorpora um aspecto de racionalidade cultural (p.44).

---

<sup>6</sup> Para aprofundamento das fontes que ajudaram Swales a elaborar seu conceito de gênero, consultar o capítulo 1 da obra referida ou o capítulo 6, In. MOTTA- ROTH, Déssirée. Gêneros: teorias, métodos debates (2005, pp.108-129).

<sup>7</sup> Que podem ser aprofundadas em Miller, 2005, pp. 21- 44.

Dessa forma, compreendemos que a interpretação de novas situações depende de analogias entre diversas situações que servem de parâmetro para criarmos um tipo de resposta retórica que fará parte do nosso estoque de conhecimentos (CARVALHO, In. MOTTAROTH, 2005). Charles Bazerman também trabalha com a perspectiva de gênero como fato social, porém a noção de recorrência para o autor está ligada aos usuários dos gêneros que, ao interpretarem as situações e responderem adequadamente a elas, criam tipificações que, por semelhança ou distinção, servirão de parâmetros a outras situações semelhantes.

De acordo com Marcuschi (2004, In BAZERMAN, 2005, p. 11), “o papel dos indivíduos no uso e na construção de sentidos”, além de ser fundamental para a análise de gênero contribui para a compreensão das diferentes formas criativas que eles usam na comunicação para satisfazer novas necessidades percebidas em novas circunstâncias. Conforme Bazerman (2005, p. 84), um gênero só existe a partir do momento em que os usuários o reconhecem e o distinguem entre os outros tipos circulantes. Ele enfatiza que

Os gêneros são o que as pessoas reconhecem como gêneros em qualquer momento do tempo. **Podem reconhecer os gêneros por nomeação, institucionalização e regularizações explícitas, através de várias formas de sanção e de recompensa**<sup>8</sup>. Ou ainda, as pessoas podem reconhecer gêneros através da organização implícita de práticas dentro de formas padronizadas de interação letrada (p. 49). [...] Os gêneros nos ajudam a navegar dentro de complexos mundos da comunicação escrita e atividade simbólica, porque, ao reconhecer uma espécie de texto, reconhecemos muitas coisas sobre a situação social e institucional, as atividades propostas, os papéis disponíveis ao escritor e ao leitor, os motivos, as idéias, a ideologia e o conteúdo esperado (do gênero)<sup>9</sup> [...] e o lugar onde isso tudo pode caber em nossa vida.

Certamente o cartão postal pertence a esse mundo da comunicação, permitindo reconhecermos, entre outras coisas, as situações social e institucional de suas produção e circulação. É o que se procura abordar na próxima sessão.

## 2. O cartão postal

“Só a dialética pode resolver a contradição aparente entre a unicidade e a pluralidade da significação”. (Bakhtin, 2004).

### 2.1 A carta: base social para o cartão postal

Ao passo que compreende o mundo à sua volta, o sujeito atribui significados para o que vê: passa do mundo sensível ao mundo simbólico/ mundo semiótico: lugar dos signos, da linguagem cujo sentido “[...] resulta de um processo de consenso entre indivíduos socialmente organizados no decorrer de um processo de interação” (BAKHTIN, 2004, p.44).

---

<sup>8</sup> Ênfase nossa

<sup>9</sup> Ênfase nossa.

Nesse universo de signos, encontram-se os gêneros textuais, nos quais se concretizam as razões de ser do cartão postal. O gênero torna-se um ambiente estruturado e estruturador das relações sociais entre os sujeitos que o compartilham. Então, será natural que, ao percorrer o caminho sócio-histórico do cartão postal, se encontre uma série de ações pragmáticas e sociais que envolvem as atividades nas instituições que o validam.

Ao observar a cadeia comunicativa<sup>10</sup> na qual se encontra o cartão postal, encontramos o gênero *carta*, que, assim como serviu de base social para vários gêneros (BAZERMAN, 2005), se configura a base social para o cartão postal. Por outro lado, ele pertence ao “sistema de gêneros”<sup>11</sup> que compõe, junto com os outros gêneros, o sistema de atividades da Esfera Discursiva da Comunicação. Sobre essa possibilidade de encaixamento, consideramos os argumentos de Adamziri (2009, p. 38):

Ora, como os elementos de outros níveis linguísticos também, as estruturas textuais formam subsistemas estruturados e pertencem a certos enquadres de interação ou de discurso. Para levar uma tarefa comunicativa a cabo, é possível fazer uso de diversos gêneros (por conseguinte, esses se encontram numa relação paradigmática)[...].

Em relação à carta e sua relação com diversos gêneros, conseqüentemente com o postal também, Bazerman (2005, p. 83) reitera:

A carta, com sua comunicação direta entre dois indivíduos dentro de uma relação específica em circunstâncias específicas (tudo que podia ser comentado diretamente), parece ser um meio flexível no qual muitas das funções, relações e práticas institucionais podem desenvolver \_ tornando novos usos socialmente inteligíveis, enquanto permite que a forma de comunicação caminhe em novas direções.

Para entendermos como a flexibilidade da carta atua como base social do cartão postal é necessário reconstruir a história do sistema de correspondências. O que faremos a seguir.

### 2.1.1 A sociedade: os sistemas de correspondência

A correspondência é uma atividade que remonta aos mais antigos impérios do Oriente. O Egito, por exemplo, possuía um sistema postal há 4.700 anos antes de Cristo, época em que os mensageiros, denominados *sigmanacis*<sup>13</sup>, recebiam e repassavam a mensagem oralmente.

Após o advento da escrita, os mensageiros passaram a levar as mensagens – lidas em voz alta – em papiros. Essa nova tecnologia provocou mudanças na forma de organização dos

---

<sup>10</sup> Denomina-se *Cadeia Comunicativa* a relação entre elementos que estruturam as ações e atividades que envolvem a comunicação, observados em níveis hierárquicos (como sugere Miller, 2009).

<sup>11</sup> Noção aprofundada no decorrer da pesquisa, já que é um elemento de outro nível da cadeia comunicativa.

<sup>13</sup> Mensageiros que levavam correspondência a pé ou montados em cavalos ou camelos.

indivíduos da sociedade, transformando a maneira de conceberem e desenvolverem as atividades às quais estavam acostumados. Agora, para as atividades de correspondência, o indivíduo tinha que saber ler.

No continente americano (século XV), Cristóvão Colombo foi o primeiro a trazer a carta à América, sendo o primeiro também a escrever uma nesse continente. Entre o século XV e XVI, devido à expansão militar e política, a Espanha foi um dos primeiros países a organizar o *Correio Maior das Índias*, um sistema de correspondência cujo objetivo era facilitar a comunicação entre o reino e as colônias.

No Brasil, o primeiro a escrever uma carta foi Pero Vaz de Caminha, contando sobre a recém-descoberta terra à Coroa Portuguesa. Segundo o arquivo dos Correios<sup>12</sup>, os serviços postais no Brasil Colônia surgem da necessidade, “exigência”, de estabelecer contato entre a Colônia e Portugal. Nessa época, os portugueses não dispunham de um sistema postal bem organizado, por isso recorriam ao de nações vizinhas. Posteriormente, em 1673, Portugal cria o *Correio-Mor das Cartas do Mar*, que não solucionou seus problemas de correspondência. “Tais foram às dificuldades comunicativas entre Portugal e o Brasil Colônia, que foi instituído oficialmente em 1798, os Correios Marítimos”. Anos mais tarde, os serviços foram expandidos para o interior da Colônia.

A chegada da Família Real ao Brasil trouxe melhorias ao sistema de correspondência. Contudo, a elaboração do Primeiro Regulamento Postal do Brasil só foi efetivada após o progresso comercial, dando início ao funcionamento regular dos *Correios Marítimos*. Depois, com a emissão de novo decreto, foram criados os *Correios Interiores*. Quando D. João VI retorna a Portugal, “houve um período bastante conturbado que culminou com a independência do País em 1822, quando os Correios desempenharam importante papel, trazendo informações do Velho Mundo e aglutinando aqui as forças em prol do rompimento com Portugal” (arquivo dos Correios).

No Brasil Imperial, D. Pedro I reorganizou os *Correios do Brasil Independente* e iniciou o processo de criação de administrações de correios nas províncias. Sob seu governo, foram instituídos: o pagamento prévio de franquia unificada; o lançamento dos primeiros selos postais; a criação do quadro de carteiros e de caixas de coleta de postais; e a distribuição domiciliar de correspondência na Corte e nas províncias. Foi estabelecido o serviço telegráfico. Époça em que o Brasil aderiu, por *tratados*, aos organismos internacionais de telecomunicações, os quais regulamentaram e organizaram a comunicação internacional, criando normas universais, que até então era feita entre as províncias de cada país.

Pelo Decreto de 5 de março de 1829, foi determinada, por D. Pedro I, a unificação de todas as linhas postais existentes sob uma única administração geral, a “*Administração dos Correios*”, bem como a criação de administrações provinciais nas capitais das províncias. Em 1835, foi adotado o sistema de entrega domiciliar de correspondência e o uso de uniforme, com bolsa de cartas a distribuir e outra para a introdução de cartas pelos transeuntes.

---

<sup>12</sup> [http://www.correios.com.br/institucional/conheca\\_correios/historia\\_correios/historia\\_correios\\_brasil.cfm](http://www.correios.com.br/institucional/conheca_correios/historia_correios/historia_correios_brasil.cfm).

## 2.2 Cartão postal: os gêneros e os eventos que o elevaram ao estatuto de gênero

“Um gênero é um meio retórico para a mediação das intenções privadas e da exigência social; ele é motivador ao ligar o privado com o público, o singular com o recorrente.” (Miller, 2008)

Esse caráter mediador apontado por Miller (2005, p.41) constitui o quinto elemento elencado pela autora para a compreensão de gêneros. Veremos como funciona essa mediação acompanhando a sequência de eventos e os textos produzidos para o estabelecimento do cartão postal como gênero textual reconhecido e usado por sua comunidade discursiva.

Segundo o pesquisador Samuel Gorberg (2002, p. 1), em 1837, Rowland Hill escreveu um relatório sobre a reforma do serviço postal inglês: “*Post Office Reform: its importance and practicability*”. Esse relatório propunha a criação de uma tarifa barata para as cartas, baseado no peso das correspondências e não mais baseado na distância entre o local de envio e o de chegada e que o valor fosse cobrado antecedente ao envio, ou seja, pago pelo remetente. Tal relatório foi apresentado à Comissão de Inquérito que analisava o serviço postal britânico. Em maio de 1839, Hill, por meio de outro relatório, propôs que a cobrança postal fosse feita por meio de selo: “*On the collections of postage by means of stamps*”, tal ideia foi acatada em julho do mesmo ano. Consequentemente, no dia 10 de janeiro de 1840, foi implantado o novo serviço postal, com a emissão do primeiro selo do mundo: *Penny Black* (fig. 1).

É interessante ressaltar que o Brasil foi o segundo país do mundo a adotar o novo sistema postal inglês, emitindo seus primeiros selos postais em 01 de agosto<sup>13</sup> de 1843, os famosos *Olhos-de-Boi* (fig. 2), cujos valores eram de 30, 60 e 90 réis. Em 1844, foi criado o primeiro corpo de carteiros e o de condutores de malas, além de organizar-se o sistema de entrega em domicílio.

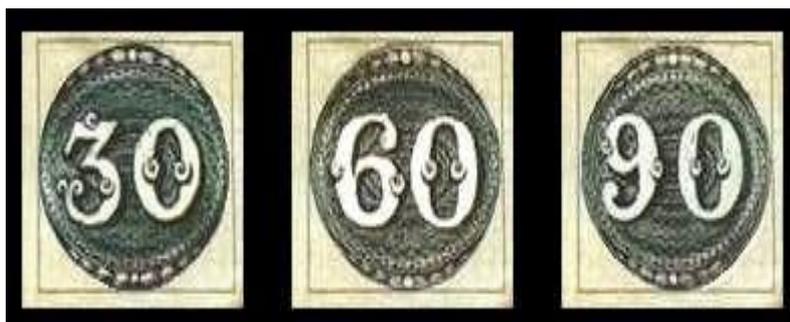


Figura 1: GORBERG, 2002, p.1. Figura 2: GORBERG, 2002, p.1.

Em relação ao selo, consideramos que ele possui uma importância basilar para a compreensão do funcionamento do cartão postal, pois está diretamente relacionado às

<sup>13</sup> Dia nacional do selo postal.

<sup>16</sup> Grifo nosso.

normatizações em relação às condições de realização da comunicação, utilizando-se o serviço postal. Em conformidade com os postulados de Bazerman (2005, p. 32), o selo seria um documento que pertence ao *sistema de gêneros* do qual fazem parte a carta e o cartão postal:

Um *sistema de gênero* compreende os diversos conjuntos de gêneros utilizados por pessoas que trabalham juntas de uma forma organizada, e também as relações padronizadas que estabelecem na produção, circulação e uso desses documentos. Um **sistema de gêneros captura as sequências regulares com que o gênero segue um outro gênero, dentro de um fluxo comunicativo típico de um grupo de pessoas**<sup>16</sup>.

Nessa sequência sugerida pelo autor, o selo tem a função de oficializar o que a comunidade reconhece como correspondência, representando a autoridade da instituição “Serviço Postal” (Correios). O selo, em relação ao cartão postal, junto com outras marcas textuais colabora para a distinção entre o cartão postal e os demais cartões (visita, natal, crédito etc.), pois ele é o único documento que garante a “portabilidade”<sup>14</sup> de qualquer texto pelos serviços postais.

De acordo com Gorberg (2000), em 1861, surge a primeira proposta de cartão postal (seu formato não era o de como o conhecemos agora). John P. Charlton, na Filadélfia, patenteou o *Correspondece Postcard*, patente que foi repassada para H. P. Lipman. *Postcard* consistia em um cartão que, de um lado, possuía três linhas para o endereço e o local para o selo e o texto “Copyright secured 1861\_ Lipman’s Post Card\_ Patent Applied For”, ainda trazia um texto divulgando as vantagens e a facilidade de usar o cartão postal<sup>15</sup>. É interessante reconhecermos que esses são os primeiros fatos sociais em torno do gênero. Contudo, apesar de em 27 de fevereiro ser aprovado pelos correios americanos, o cartão postal de Lipman só começou a circular, conforme único registro de postagem, em outubro de 1870.

Na Alemanha, houve três tentativas de promover o cartão postal. A primeira, em 1865, quando o Dr. Heinrich Von Stephan, funcionário dos Correios germânicos, apresentou sua Proposta<sup>19</sup> para a introdução do cartão postal na 5ª Conferência Postal Germano-Austríaca realizada em Karlsruhe. O documento sugeria a implantação de uma folha postal aberta<sup>20</sup>, que seria um cartão no formato e no tamanho de um envelope, já selado e que seria utilizado pelos indivíduos que desejassem uma forma de comunicação mais enxuta (sem necessidade de comprar folhas de papel, envelope e selo, comum no envio de cartas). A proposta não foi aceita, pois no entendimento dos Correios germânicos isso traria prejuízo à arrecadação. A terceira ocorreu em 1868, na cidade de Leipzig: dois livreiros, Fredllein e Pardubitz, o primeiro em julho e o segundo em agosto, solicitaram licença para emitirem um “Universal\_ Correspondenz\_ Karte”, porém seus pedidos também foram negados pelos Correios da Alemanha.

O Dr. Emanuel Herman, professor de Economia da Academia Militar de Wiener

<sup>14</sup> Termo usado por uma funcionária dos Correios de Recife, ao se referir ao valor do selo.

<sup>15</sup> This is card enables fast Exchange of information. It costs just half of the amount you would spend for writing paper and an envelop. At the same time, it facilitates postal manipulation. <sup>19</sup> Vorschlag zur einfühung de Postkarte.

<sup>20</sup> Offennes postblett.

Neustadt (citado na introdução), ficou sabendo por um representante austríaco da 5ª Conferência Postal Germano-Austríaca (aquela de 1865) sobre a idéia do cartão postal, achando-a muito interessante. Em 26 de janeiro de 1869, publicou no conceituado jornal de Viena, o *Neue Freie Presse*, um estudo documentado sobre o serviço postal, no qual destacava as vantagens que a adoção de *Postkart* proporcionaria, sugerindo que a tarifa postal fosse a metade da que era então cobrada para uma carta comum. “O professor estimava que 1/3 (um terço) das cartas comerciais e pessoais fossem breves comunicados, que não seriam, por natureza, íntimos ou secretos, portanto podiam, sem problema, serem postados em cartão postal” (p. 2). Os argumentos do professor respaldados no levantamento documentado convenceram as *autoridades postais* do Império Austro-Húngaro que chegaram ao consenso.

Sobre esse aspecto consideramos Bathia (2009, p. 180):

O consenso é alcançado e negociado por meio de práticas e de diálogo profissional. A interação e o diálogo possibilitam o consenso por um lado, e têm um efeito regulador ou limitador quanto ao que pode ou não ser admitido no conjunto de conhecimento de uma comunidade, por outro lado.

O reconhecimento do postal como gênero documental não podia ser validado por qualquer um, mas apenas por quem detinha o poder de autorizá-lo, ou seja, o serviço postal da época. Sobre a questão da autoridade, argumenta Bhatia (2009, p. 180):

Os gêneros [...] são socialmente autorizados por meio de convenções e inserem-se nas práticas discursivas dos membros de culturas disciplinares específicas. Essas práticas, [...] refletem as convenções utilizadas por comunidades disciplinares específicas, [...] e as convenções sociais, incluindo mudanças sociais, instituições sociais e conhecimento social. [...] Gêneros são produtos de uma compreensão ou de um conhecimento prévio de convenções genéricas.

Finalmente, em 1º de outubro de 1869, surgia o primeiro cartão postal, dando início às vendas do *Correspondenzkarte*, que consistia em um cartão que media 85 x 122 cm, possuindo “uma face exclusiva para o endereço e a outra face branca para a escrita da mensagem” (fig. 3).



Figura 3: primeiro postal do mundo (GORBERG, 2000, p. 2)

Outros países paulatinamente foram aceitando o cartão postal, como, por exemplo, Bavaria, Inglaterra, Luxemburgo (1870); Holanda, Bélgica, Dinamarca, Finlândia e Canadá (1871); Suécia, Noruega, Rússia, Ceilão (1872); França, Estados Unidos, Chile, Sérvia, Romênia, Espanha, Japão (1873); Grécia, Portugal, Pérsia (1876); Turquia (1870); Argentina (1878); entre outros.

Em 19 de julho de 1870, a França declara guerra à Prússia (guerra francoprussiana). Ao final da guerra, a vitória da Prússia provoca a unificação da Alemanha, interferindo na circulação dos cartões postais nesses países e fazendo surgir a exigência de regulamentar e organizar a circulação dos postais entre os dois países.

O Diretor Geral dos Correios da Alemanha, Dr. Henrich Von Stephan, elaborou um plano para a implantação de uma união postal internacional. O governo suíço, por sugestão de Von Stephan, convoca conferência em Berna, 15 de setembro de 1874, da qual participaram 22 países, ocasião que fora fundada a *União Postal Geral*, por meio do Tratado de Berna, em 09 de outubro de 1874. Posteriormente, no segundo congresso, em 1887, devido ao número de países envolvidos na rede de correspondência por meio do postal, gerou-se a necessidade de organizar essa rede, o que levou a uma alteração do nome da organização para *União Postal Universal*- UPU.

O Brasil adotou o cartão-postal<sup>16</sup>, apenas em 1880, por meio do Decreto nº 7695, de 28 de abril de 1880. Isso após o discurso público do, então, Ministro da Agricultura, Comércio e Obras Públicas, Conselheiro Manuel Buarque de Macedo, a D. Pedro II:

Segundo Vossa Majestade Imperial se dignará ver, a primeira de tais alterações é a que estabelece o uso dos bilhetes-postais geralmente admitidos nos outros Estados e ainda em França, onde, aliás, houve durante algum tempo certa repugnância ou hesitação em recebê-los; os bilhetes-postais são de intuitiva utilidade para a correspondência particular, e, longe de restringir o número de cartas, como poderá parecer, verifica-se, ao contrário que um dos seus efeitos é aumentá-lo.

Por determinação do Decreto de 1865, a impressão dos *Bilhetes Postais* pertencia ao Estado, que também determinava a forma do bilhete postal: em uma das faces, o porte das armas imperiais estampado no ângulo direito superior, indicando três classes<sup>17</sup>:

“1ª - e cor vermelha – para correspondência urbana, ao preço de 20 (vinte) réis os simples e 40 (quarenta) réis os duplos, que permitiam a resposta, já paga; 2ª – de cor azul \_ para correspondência no interior das Províncias de todo o Império; o simples, por 50 (cinquenta) réis, o que representava a metade do porte da carta simples (atualmente, carta social), e os duplos, 100 (cem) réis; 3ª – De cor laranja – para correspondência internacional com países que faziam parte da União Postal Universal, custando os simples 80 (oitenta) réis e os duplos, 160 (cento e sessenta ) réis” (GORBERG, 2000, p. 6).

<sup>16</sup> O dia nacional do cartão-postal é 28 de abril.

<sup>17</sup> Subgêneros do bilhete postal, a primeira terminologia para o cartão postal.

Além desses aspectos citados, o bilhete devia trazer os seguintes textos impressos: “*Bilhete Postal* e “*neste lado só se escreve o endereço*” (figuras 4, 5 e 6); a outra face não teria nenhum texto impresso, destinado apenas para a mensagem.



: **Figura 4** primeiro cartão postal brasileiro\_ porte 20 réis (GORBERG, 2000, p.



**Figura 5:** primeiro postal oficial do Brasil – porte 50 réis (GORBERG, 2000, p. 7)



**Figura 6:** primeiro postal oficial do Brasil- porte 80 réis (GORBERG, 2000, p. 7)

As inovações efetuadas no cartão postal brasileiro, a começar pelo nome *Bilhetes Postais*, por exemplo, e o uso de cores como meio de identificar o percurso do postal, o valor do porte e a possibilidade de pagar a mensagem e sua resposta antecipadamente (diferentes dos demais países) refletem as condições sociais do contexto histórico brasileiro daquela época. Essas marcas refletem os primeiros sinais de multisemioses incorporadas ao gênero que, apesar de ter uma forma padrão, permitiu tamanha flexibilidade. Contudo, as mudanças só foram operadas no gênero, porque partiram das autoridades da comunidade disciplinar (comunidade profissional), da mudança no contexto e da situação social, que criaram as condições para tais mudanças.

Para Kress (1987, *apud* BATHIA, 2009, p. 181), as mudanças no gênero só serão aceitas apoiadas ou por uma situação social estável ou por uma autoridade. Ele reflete “a menos... que haja uma mudança nas estruturas sociais\_ e no tipo de situações sociais que os textos são produzidos\_ as novas formas genéricas dificilmente terão sucesso”. Diante desse argumento, tanto a autoridade quanto as condições sociais favorecem a aceitação das mudanças feitas nos bilhetes postais.

O crescimento econômico e o avanço tecnológico transformaram a sociedade, promovendo o surgimento de novas exigências comunicacionais e sociais que provocaram mudanças tanto na forma do cartão postal quanto na sua função comunicativa, alterando e aumentando as possibilidades de seus propósitos comunicativos, como, por exemplo, a introdução de imagens e, posteriormente, de propagandas (fig. 7).

Os cartões postais editados com ilustrações mantinham as restrições de a face posterior ser usada apenas para o endereço, restando a face anterior para as imagens e a mensagem (fig.8). Posteriormente, as legislações<sup>18</sup> de cada país permitiram a circulação de postais editados por empresas privadas.

A evolução das técnicas de impressão deu um novo rumo aos cartões postais, que surgiram com variadas ilustrações. Com o processo da cromolitografia ficou possível colocar ilustrações, fotos coloridas (antes monocromáticas). Essa possibilidade fez surgir “o fenômeno iniciado na Áustria e na Alemanha, conhecido como *Gruss Aus*, que significa Lembrança de” (GORBERG, 200, p.12). Esse fenômeno provocou alterações na forma do cartão postal, ao qual foi incorporado o desenho ou a foto da cidade (ou qualquer lugar ou monumento), com o enunciado “*Gruss Aus*” e o nome do lugar, dividindo o espaço com a mensagem (fig.8). Os turistas compravam como lembrança de viagem, como forma de representar o roteiro da viagem (temos aqui mais eventos e gêneros sendo produzidos a partir do cartão postal).

Daí para frente, os postais registraram diversos fatos históricos, sociais, culturais e humanísticos, fazendo dos postais um rico e vasto documentário sobre a sociedade de diferentes épocas. Uma dimensão que não caberia neste artigo, mas que é consultada por historiadores e pesquisadores de várias áreas (Antropologia e Ciências Sociais, por exemplo).

---

<sup>18</sup> Para consulta às datas em que cada país permitiu a circulação consultar, conferir Gorberg, p. 12.



Figura 7: Cartão postal de Monojlovic – primeiro com propaganda de Viena (GORBERG, 2000, p. 10)



Figura 8: postal com imagens de cidade.

### 3. Considerações finais

Ao analisarmos o gênero cartão postal de uma perspectiva histórica, conseguimos observar as ações e as situações sociais que lhes pressuporam. Remontar a complexa rede de relações sociais e os vários tipos de textos que foram produzidos para a organização do sistema de serviços postais forneceu condições necessárias para a compreensão de como esses textos se articularam sincronicamente para formar o sistema discursivo. Sobre os tipos de textos

produzidos, podemos citar, por exemplo, os relatórios, cartas patentes, decretos, selos, tarifas, licenças, declarações, conferências, congressos, organização UPU etc.

Percebemos os movimentos sociais efetivados pelos gêneros textuais que propiciaram atividades de *correspondência postal*, como, por exemplo, o *Post Office Reform: its importance and practicability* – relatório apresentado às autoridades postais da Inglaterra e, em seguida, à Comissão de Inquéritos, do qual resultou a lei que determinou que a ação postal recebesse uma marca oficial: o selo. Surgiu, então, o *Penny Black*, primeiro selo do mundo (outro gênero textual).

O que queremos mostrar com os exemplos é a dinâmica sociodiscursiva que pressupõe o surgimento de um gênero. A compreensão de que o gênero como artefato cultural é fruto do trabalho coletivo e não da vontade individual ficou mais clara, haja vista que as atividades humanas envolvem vários procedimentos verbais que norteiam as ações efetivadas empiricamente.

Reconhecidamente, os gêneros, além de organizarem as atividades, organizam as pessoas na realização dessas atividades no interior de cada instituição, indicando quem faz o quê e quando. Tomemos, como exemplo, a organização do serviço postal brasileiro, operada pelos gêneros “decretos”, que criavam as diversas funções desse sistema de atividades, como o ofício de carteiro, definindo o modo de exercer a função (levando duas malas: uma, para as correspondências que deveriam ser entregues, e a outra, para as recebidas).

## 5. Referências

ADAMZIK, Kirsten. **O que é a Pesquisa dos Gêneros Textuais Orientada pela Pragmática?** In: BEZERRA, Benedito. G.; RODRIGUES, Bernadete; CAVALCANTE, Mônica M.(Orgs.), **Gêneros e Sequências Textuais**. Recife: EDUPE, 2009, pp. 15- 44.

BAKHTIN, Mikhail. **Estética da Criação Verbal**. Trad. Paulo Bezerra. 4 ed. São Paulo: Martin Fontes, 2003.

\_\_\_\_\_. **Marxismo e Filosofia da Linguagem: problemas fundamentais do método sociológico na Ciência da Linguagem**. Trad. Michel Lahud, Yara Frateschi Vieira e Lúcia T. Wisnik. 11ª ed. São Paulo: Hucitec, 2004.

BAZERMAN, Charles. **Escrita, Gênero e Interação Social**. São Paulo: Cortez, 2007.

\_\_\_\_\_. **Gênero, Agência e Escrita**. São Paulo: Cortez, 2006.

\_\_\_\_\_. **Gêneros Textuais, Tipificação e Interação**. São Paulo: Cortez, 2005.

BHATIA, Vijay K. A Análise de Gêneros Hoje. Trad. Benedito G. Bezerra. In: BEZERRA, Benetido Gomes; RODRIGUES, Bernadete; CAVALCANTE, Mônica M. (Orgs). **Gêneros e Sequências Textuais**. Recife: EDUPE, 2009, pp. 159-195.

BIASI-RODRIGUES, Bernadete; HEMAIS, Bárbara; ARAÚJO, Júlio Cesar. Análise de Gêneros na Abordagem de Swales: princípios teóricos e metodológicos. In: BIASIRODRIGUES, Bernadete; ARAÚJO, Júlio Cesar; SOUSA, Socorro Claudia T. (Orgs). **Gêneros Textuais e Comunidades Discursivas: um diálogo com John Swales**. São Paulo: Autêntica, 2009, pp. 17 -32. (Coleção: leitura, escrita e oralidade).

BLIKSTEIN, Izidoro. **Kaspar Hauser ou a Fabricação da Realidade**. 9 ed. São Paulo: Cultrix, 2003.

GORBERG, Samuel. **A Propaganda no Brasil Através do Cartão-Postal: 1990-1950**. Rio de Janeiro: S. Gorberg, 2002.

HANKS, Willian F. Língua como Prática Social: das relações entre língua, cultura e sociedade a partir de Bourdieu e Bakhtin. BENTES, Anna Christina; REZENDE, Renato C.; MACHADO, Marco A. R. (Orgs) Trad. Anna C. Bentes; Renato C. Rezende; Marco Antônio R. Machado. São Paulo: Cortez, 2008.

HEMAIS, Barbara; BIASI-RODRIGUES, Bernadete. A Proposta Sócio-Retórica de John M. Swales para o Estudo de Gêneros Textuais. In: BONINI, Adair; MEURER, José Luiz; MOTTA-ROTH, Désirée. **Gêneros: teorias, métodos, debates**. São Paulo: Parábola Editorial, 2005, pp. 109-129.

MARCUSCHI, Luiz Antônio. **Produção Textual, Análise de Gêneros e Compreensão**. São Paulo: Parábola Editora, 2008.

MILLER, Carolyn R. **Gênero Textual, Agência e Tecnologia**. Recife: Universitária da UFPE, 2009.