

## **Cartões telefônicos e turismo cultural: possibilidades de investigação sobre patrimônio cultural do Rio Grande do Sul (décadas de 1990-2000)**

**Eduardo Cristiano Hass da Silva**

Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN), Seridó, Rio Grande do Norte

 <https://orcid.org/0000-0002-3906-5448>

E-mail: [eduardohass.he@gmail.com](mailto:eduardohass.he@gmail.com)

**Bárbara Virgínia Groff da Silva**

Secretaria de Educação, Cachoeirinha, Rio Grande do Sul

 <https://orcid.org/0000-0002-8206-1602>

E-mail: [barbara.vgs@gmail.com](mailto:barbara.vgs@gmail.com)

**Resumo:** Este artigo analisa a produção e circulação visual de elementos do patrimônio cultural gaúcho em cartões telefônicos da década de 1990, atentando para uma possível apropriação deste patrimônio pelo turismo cultural como atrativo ou com funções de postais. A pesquisa está inserida dentro dos Estudos Visuais, um campo híbrido interdisciplinar, que favorece as relações entre texto e imagem. Foram analisados 64 cartões organizados a partir do conceito de Patrimônio Cultural e a sua relação com o Turismo cultural. Através da pesquisa foi possível concluir que além do seu uso convencional, os cartões telefônicos também funcionaram como suportes de divulgação de diferentes produtos e artefatos, inclusive de patrimônio cultural como a reprodução de um imaginário do gaúcho típico, bem como de espaços urbanos a serem visitados.

1

**Palavras-chave:** Cartões telefônicos; Estudos visuais; Patrimônio cultural; Turismo cultural.

### **Telephone cards and cultural tourism: research possibilities about the cultural heritage of Rio Grande do Sul (1990s-2000s)**

**Abstract:** The research is inserted within Visual Studies, a hybrid interdisciplinary field, which favors the relationships between text and image. 64 cards were analyzed, organized based on the concept of cultural heritage and its relationship with cultural tourism. Through the research it was possible to conclude that in addition to their conventional use, telephone cards also functioned as supports for the dissemination of different products and artifacts, including cultural heritage such as the reproduction of typical Gaucho imagery, as well as urban spaces to be visited.

**Keywords:** Telephone cards; Visual studies; Cultural heritage; Cultural tourism.

**Texto recebido em: 23/02/2024**

**Texto aprovado em: 25/06/2024**

## **Introdução**

Quem viveu entre as décadas de 1990 e 2000 deve lembrar dos cartões telefônicos que eram utilizados para realizar ligações nos aparelhos de telefones públicos que estavam espalhados pelas cidades brasileiras. Nesse período ainda não havia aplicativos de mensagens como o WhatsApp<sup>1</sup> nos telefones celulares, sendo que esses aparelhos portáteis ainda não estavam tão disseminados na população brasileira como hoje e as empresas também não ofereciam planos de internet ou ligações acessíveis para a maioria da população.

Dessa maneira, a possibilidade de comunicação por telefonia estava centrada nos telefones fixos residenciais e comerciais, além dos telefones públicos que poderiam ser acessados por quem não tinha uma linha telefônica em casa. Antes dos cartões telefônicos, as ligações nos aparelhos públicos eram realizadas com fichas metálicas. No entanto, a partir dos anos 1990 (especificamente 1992), os cartões telefônicos foram se sobrepondo às fichas e logo se tornaram objeto cotidiano de uso e, além disso, uma nova possibilidade para colecionadores.

Os aparelhos de rua, conhecidos como “orelhões”, foram sendo trocados e passaram aceitar a utilização desses cartões que possuíam quantidades variadas de crédito, que eram conhecidas como “unidades”. Quanto mais “unidades” o cartão tinha, maior o tempo que ele poderia ser usado. O gasto dos créditos dependia do tipo da ligação (chamadas locais, de longa distância ou até internacionais) e da sua duração. Os “orelhões” tinham um pequeno monitor que indicava tanto o número que estava sendo discado quanto os créditos que estavam sendo consumidos durante a conversa.

Com o passar do tempo, outros usos foram sendo atribuídos a esses cartões telefônicos. Por isso, neste texto, pretendemos pensar esses cartões como um artefato cultural, que foi produzido dentro de um tempo e espaço, a princípio com o objetivo de facilitar a comunicação entre as pessoas que não possuíam um telefone fixo residencial, ou não estavam em casa. Porém, com o passar do tempo e da sua utilização, outras propostas e significados foram sendo atribuídos e construídos pela sociedade. Sendo assim, podem ser estudados a partir de diferentes áreas do conhecimento<sup>2</sup>. Neste estudo, pretendemos pensar esses objetos a partir do conceito de patrimônio histórico-cultural, buscando relacionar a sua apropriação pelo turismo cultural.

A investigação justifica-se do ponto de vista científico, social e pessoal. Em relação ao primeiro, dá continuidade a um conjunto de pesquisas relacionadas à cultura visual, história cultural, patrimônio cultural e turismo, ampliando temas e fontes para investigação. Socialmente, a pesquisa contribui com a salvaguarda de suportes visuais relacionados ao patrimônio cultural do Rio Grande do Sul, contribuindo para a preservação da memória social (Pollak, 1992). Além disso, a investigação dá continuidade a um conjunto de pesquisas que vem sendo realizadas pelos autores, possuindo relevância para os estudos desenvolvidos.

Esta pesquisa só foi possível devido a telecartofilia, que é o colecionismo dos cartões telefônicos. De acordo com Sibila Binotto (2005), estes objetos foram gradativamente introduzidos na vida dos brasileiros, sendo que, em paralelo à ocupação do espaço público, observa-se a emergência de colecionadores e estudiosos do assunto. Ao longo da sua trajetória de utilização e do processo de circulação destes artefatos, foram surgindo outras possibilidades para esses objetos: passaram a ser veículos midiáticos, apresentando propagandas de empresas privadas e públicas, instituições culturais e outros produtos e serviços que buscavam atingir públicos distintos através dos textos e imagens veiculados aos cartões (Silva, 2019).

O presente estudo visa analisar a produção e circulação visual de elementos do patrimônio cultural gaúcho em cartões telefônicos, atentando para uma possível apropriação deste patrimônio pelo Turismo cultural como atrativo ou com funções de postais. Para atender este objetivo, o estudo encontra-se dividido em 4 partes. Em “Cartões telefônicos e estudos visuais: ampliando pesquisas em História”, apresentamos a possibilidade de investigação dos cartões telefônicos a partir dos estudos visuais, aqui entendido como um campo híbrido interdisciplinar que ampliou o uso das fontes visuais, permitindo significativas relações entre texto e imagem. Além disso, apresentamos a coleção e as séries de cartões mobilizadas neste estudo, propondo algumas aproximações com as questões identitárias do Rio Grande do Sul.

Na sequência, em “Patrimônio cultural e turismo: uma análise a partir dos estudos visuais”, apresentamos o conceito de patrimônio cultural e a sua relação com o turismo cultural. Discutimos como as imagens e os textos divulgados nos cartões telefônicos poderiam reforçar o caráter patrimonial de alguns bens, podendo mobilizar as pessoas a se deslocarem para conhecê-los.

Dando continuidade à discussão, em “Cartões telefônicos e patrimônio cultural gaúcho: um convite à visitação”, apresentamos algumas s eries de cartões telefônicos como um convite para a visitação a diferentes bens patrimoniais do Rio Grande do Sul, em especial a pr edios da cidade de Porto Alegre. Para finalizar, em “Alguns apontamentos: reflexões e possibilidades de ‘visitações futuras’”, propomos algumas reflexões sobre as an alises realizadas, apontando possibilidades de pesquisas futuras.

### **Cartões telefônicos e estudos visuais: ampliando pesquisas em História**

Segundo Silva (2019), os cartões telefônicos podem e devem ser utilizados por historiadores e historiadoras como fontes para a pesquisa histórica. De acordo com o autor, estes artefatos podem ser tomados tanto como tema quanto como fontes da investigação, contribuindo para avançar nas discussões de distintas temáticas da  rea. Podemos analisar tanto as imagens que eram divulgadas, os textos informativos e publicitários, aspectos técnicos e, inclusive, a trajetória das empresas privadas e públicas (incluindo seus processos de privatizações) que estavam relacionadas com a telefonia brasileira.

Considerando a materialidade destes artefatos, Silva (2019) recorre aos Estudos Visuais para analisá-los. Ana Maria Guash (2005) entende o campo dos estudos visuais como um híbrido interdisciplinar, o qual busca desafiar o caráter disciplinar da História da Arte, sendo compreendidos como a ala visual do movimento acad mico dos estudos culturais. Para a autora, os estudos visuais permitiram um novo estatuto da visualidade, sendo que o conceito passa a comportar imagens filmicas, televisivas, artísticas e virtuais, permitindo profundos diálogos entre texto e imagem.

De maneira geral, a cultura visual não se limita apenas   interpretação das imagens, mas considera também a descrição e análise do campo social do olhar. O novo estatuto da visualidade e a importância do campo social do olhar permitem um deslocamento do campo da História para o da Cultura, resultando em um campo interdisciplinar de investigação (Guash, 2005). No caso dos cartões telefônicos, é importante observar este artefato como um todo (frente e verso), atentando para os detalhes que estavam disponíveis ao usuário. A figura abaixo apresenta um cartão telefônico em sua totalidade:



Fonte: acervo pessoal dos autores (2024).

**FIGURA 1**  
**Cartão telefônico (frente e verso)**

A imagem 1 apresenta um cartão telefônico na orientação retrato, mas não havia uma obrigatoriedade com relação a isso, tanto que outros cartões dessa mesma coleção estão na orientação paisagem. Na frente, é possível visualizar uma pintura do prédio da Rádio Universitária que pertence à Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), e que faz parte da série temática “Prédios Históricos da UFRGS”. Este cartão apresenta o logo da Companhia Rio-Grandense de Telecomunicações<sup>3</sup> (CRT), que foi privatizada entre 1996 e 1998.

No verso, há diferentes informações: desde a quantidade de unidades telefônicas disponíveis para uso (no caso eram trinta), um breve texto sobre preservação dos prédios históricos da UFRGS, seguido da campanha de arrecadação de fundos para esse propósito a partir do imposto de renda (apresentando um número de telefone para maiores informações). Há diversas numerações técnicas, bem como a tiragem desse exemplar (50.000 unidades) e o ano de produção (1999). Destaca-se também outro número telefônico para “publicidades em cartões”, como uma forma de Midiacard, ou seja, outras empresas poderiam divulgar seus serviços ou mensagens pelos cartões. Sobre essa questão da propaganda veiculada em cartões e a possibilidade de circulação dentro da sociedade e em diferentes públicos, Sibila Binotto argumenta que:

As temáticas veiculadas nos cartões telefônicos são produzidas pela operadora local que é quem elege a temática da série a ser divulgada. Muitas são as séries a serem veiculadas nos cartões. Essas séries

também são publicizáveis, ou seja, vendáveis, chamadas de Midiacard. O cartão telefônico é tão eficiente quanto uma revista pois tem uma circulação em média de 25 (vinte e cinco) dias, o que faz dele uma das mídias de mais longa duração no mercado. Os cartões telefônicos podem ser considerados fragmentos do espaço público, lugar onde se divulgam informações produzidas por empresas públicas e privadas que fazem propaganda dos seus produtos, inclusive, as operadoras dos cartões telefônicos. As informações contidas nos cartões procuram estimular os usuários atuar através da publicização dessas informações. Assim as mensagens atingem com mais facilidade o cidadão (Binotto, 2005, p. 41).

Portanto, é dentro deste novo estatuto da visualidade, que considera o campo social do olhar e desloca o eixo de análise da História para a Cultura, que compreendemos os cartões telefônicos. Destacamos que os cartões não foram os primeiros artefatos culturais relacionados com a comunicação interpessoal que possuíam ilustrações. Os selos e os cartões postais eram alternativas de comunicação anteriores aos aparelhos telefônicos que continham imagens e, por isso, podem ser estudados pela cultura visual, pois apresentam diferentes fotografias, desenhos, pinturas, coleções, imagens que foram pensadas e produzidas para estar nesses artefatos culturais cotidianos de interlocução<sup>4</sup>.

Segundo Maria Eliza Linhares Borges (2003, p. 37), “ao longo dos séculos, as diferentes sociedades têm criado distintas formas de produzir, olhar, conceber, dialogar e utilizar suas produções imagéticas”. Os cartões podem ser entendidos como um dos diversos suportes nos quais as imagens produzidas pelas diferentes sociedades circularam. Neste estudo, serão mobilizadas imagens que circularam em cartões telefônicos brasileiros. A coleção analisada faz parte do arquivo pessoal de um dos autores, composta por 987 cartões divididos em 17 porta-cartões. A coleção encontra-se sistematizada no quadro 1:

<b>Porta cartões</b>	<b>Série</b>	<b>Quantidade</b>
Porta cartões 1	Recarga Vivo, Belezas do Mar, Série Personalidades.	56
Porta cartões 2	Série cães de luxo e companhia, Brasil Telecom, Preserve a fauna e os Orelhões do Brasil, Recarga Tim e Recarga Claro.	56
Porta cartões 3	Frutas, Arquitetura de Porto Alegre, Cidades, Cidades Gaúchas, Tradições, São João, Lembrança do Rio Grande do Sul, Vale dos Sinos, Mídia Ibest.	56

Porta cartões 4	Série Unificado, Série Arte e História de Torres, Série Museus, Comidas Salgadas, Comidas Típicas do Arraial, Telefônica, Tecnologia, Festas.	56
Porta cartões 5	Série Pizza Hut, Ligue-Ligue 14, Série Verão, Grêmio, Feliz 2014, Série Dia das Mães, Vida Urgente, Série Independência do Brasil.	56
Porta cartões 6	Porto Alegre, Calendário, Prédios de Porto Alegre, Tecnologia Telebrás, Série Esportes e Calorias, Sítio do Pica-pau Amarelo, Panorama do Cinema Gaúcho.	56
Porta cartões 7	BrasilTelecom, Cartão cidadão, Ironman 2005, 500 anos do descobrimento, Porto Alegre, Copa 2006, Significado dos Nomes, Pampas Safari.	56
Porta cartões 8	Brinquedos infantis, Série minis, dia das crianças, 101 Dálmatas, Meninos de Rua, Itapuã, série Aventura, Patagônia, Quadrões Turma da Mônica, Série Dinossauros.	56
Porta cartões 9	8 jeitos de mudar o mundo, bases áreas, salva vidas, Papai Noel.	42
Porta cartões 10	Fases da Lua, Grande Florianópolis, Declaração dos direitos da criança, Calendário 2002, Mapa, Estações Férreas do Rio Grande do Sul.	42
Porta cartões 11	Feliz 2006, Planetas, Série Praias e Lagoas, Imigrantes do Rio Grande do Sul, Retratos de Minas, Férias 2005.	42
Porta cartões 12	Jogo (Série Superbola), arte, natal, páscoa, corredor Arte.	42
Porta cartões 13	Base áreas, folia, férias, festas, Anti Fraude.	42
Porta cartões 14	Amigo, Telefônica, Natal, Telefones Antigos, Ministério da Saúde – Hepatite, Meninas Super Poderosas, Dia dos Namorados, Atletas de Ouro, Carnaval, A casa das Sete Mulheres, Dia das mães, Dia dos Pais, Série Raddicci, Festas da Uva, Segredos da Páscoa, Exercícios, As Belezas de Uruguaiana.	126
Porta cartões 15	Signos, Série Locomotivas, Papas, Obras de arte, Museus, Estâncias de Bagé, Olimpíadas, festas, Locais de Santa Catarina, Orquídeas, Centros Históricos, Pintores Brasileiros, Independência do Brasil, Hanseníase.	126
Porta cartões 16	Copa do Mundo Coreia /Japão 2002, Gato Persa, Feliz Ano Novo, Nossos Direitos.	44
Porta cartões 17	Diversos, Dia das Mães	33
<b>Total:</b>		<b>987</b>

Fonte: Elaborado pelos autores (2024).

### QUADRO 1 Coleção de cartões telefônicos

A análise do quadro permite alguns apontamentos. Inicialmente, destaca-se que os cartões não se encontram salvaguardados de forma aleatória, mas sim, distribuídos a partir de uma lógica de organização. É possível identificar a presença

de algumas “séries”, o que demonstra que estes cartões também não foram produzidos aleatoriamente, porém passaram por um processo de seleção do que seria divulgado. Além das séries, os cartões foram distribuídos por temáticas elencadas a partir dos critérios do colecionador.

Avançando na análise do quadro, é possível a criação de séries específicas a partir da coleção, como: objetos da natureza (Belezas do Mar, frutas, fases da luz, etc.); arquitetura e cidades (Arquitetura e Prédios de Porto Alegre, Cidades Gaúchas, Bases Áreas, Estações Férreas, As Belezas de Uruguaiana e Centros Históricos e Locais de Santa Catarina); datas comemorativas (Feliz 2014, Feliz 2006, Série Dia das Mães, Papai Noel e Natal, Festas, Páscoa, Dia das Crianças, etc.); educação e infância (Sítio do Pica-pau Amarelo, Brinquedos Infantis, Série Minis, 101 Dálmatas, Meninos de Rua, Quadrões Turma da Mônica, Declaração dos Direitos da Criança, Meninas Super Poderosas, etc.); esportes (Grêmio Futebol Porto Alegre, Esportes e Calorias, Jogo, Atletas de Ouro, Exercícios, Olimpíadas, Copa do Mundo Coreia /Japão 2002, etc.).

Devido à quantidade de cartões e a variedade temática da coleção, este trabalho enfoca algumas coleções que estão relacionadas ao conceito de patrimônio cultural do Rio Grande do Sul. É interessante pensar quais foram as escolhas de imagens para compor essas séries que pretendem transmitir e divulgar mensagens sobre o que seria importante tanto para a história como para a cultura do estado. O quadro abaixo apresenta algumas das que dialogam com questões relacionadas ao turismo cultural, especialmente ao turismo no Rio Grande do Sul. Sendo assim, os conjuntos de cartões selecionados podem ser observados na tabela a seguir, bem como a quantidade analisada:

<b>Conjunto</b>	<b>Quantidade</b>
Aniversário de Porto Alegre	4
Bico de Pena	4
Tradições	4
Lembrança do Rio Grande do Sul	7
Vale dos Sinos	3
Arte e História de Torres	7
Pampas Safari	5
Prédios Históricos da UFRGS	4
Estações Férreas do Rio Grande do Sul	11
Estâncias de Bagé	5
A Casa das Sete Mulheres	10
<b>Total:</b>	<b>64</b>

Fonte: Elaborado pelos autores (2024)

### **TABELA 1**

#### **Série Patrimônio Cultural e Turismo no Rio Grande do Sul**

Essas séries de cartões relacionados com o patrimônio cultural e turístico do Rio Grande do Sul dialogam com um imaginário social do que seria o gaúcho e a sua tradição, remetendo a uma ideia de vida campeira, pampa gaúcho, fronteira sul, churrasco, chimarrão, gado, guerra e virilidade. Essa tradição é pensada a partir dos pressupostos de Eric Hobsbawm (2008) e demais autores que discutem sobre a inventividade dessas tradições que remetem a um passado cristalizado e fixo, que não aceita outras abordagens e disputa de maneira combativa essas ressignificações. De acordo com Hobsbawm:

Por ‘tradição inventada’ entende-se um conjunto de práticas, normalmente reguladas por regras tácitas ou abertamente aceitas; tais práticas, de natureza ritual ou simbólica, visam inculcar certos valores e normas de comportamento através da repetição, o que implica, automaticamente; uma continuidade em relação ao passado. Aliás, sempre que possível, tenta-se estabelecer continuidade com um passado histórico apropriado (Hobsbawm, 2008, p. 9).

A série “Tradições”, “Lembranças do Rio Grande do Sul”, “Estâncias de Bagé” e “A casa das Sete Mulheres”<sup>5</sup> dialogam com esse imaginário social do gaúcho como homem do campo, guerreiro, pertencente a “uma raça de heróis que lutam por objetivos elevados” (Pesavento, 1993, p. 388). Sobre esse imaginário social que define uma identidade (Pollak, 1992) ao gaúcho e que atribui sentido e significado às práticas sociais (mesmo que dentro de um campo de disputas sobre as significações e os simbolismos), Sandra Pesavento) ressalta que:

É por todos sabido que existe um estereótipo sobre o Rio Grande do Sul, sobre os gaúchos e sobre a região sulina como um todo e que se traduz em imagens mentais e objetais, em personagens-símbolos, em ritos, crenças, valores, práticas sociais e manifestações artísticas. Essa leitura do real - das condições históricas e objetivas pretensamente vivenciadas pelos habitantes do Rio Grande do Sul - é relativamente consensual e encontra-se socializada no Estado. Até mesmo crianças da 4ª série do 1º grau são capazes de identificar outras características, atributos ou *performances* que compõem o *ethos* do gaúcho e que definem o perfil da sociedade sulina (Pesavento, 1993, p. 383. Grifo da autora).

As imagens dessa série “Tradições” vão ao encontro dessas discussões apresentadas sobre as tradições do sul. Observe a coleção abaixo:



Fonte: acervo pessoal dos autores (2024).

**FIGURA 2**  
**Série “Tradições” (frente e verso)**

Cada um dos cartões da Série “Tradições” contou com uma tiragem de 400.000 unidades. As fotografias presentes nessa série foram feitas por Leonid Streliaev<sup>6</sup> e remetem a um cotidiano rural, representado por utensílios e ferramentas cotidianas que auxiliam o gaúcho campeiro em suas lidas. A faca pode tanto cortar a carne do churrasco, auxiliar nos afazeres no dia-a-dia, como servir de arma e proteção em caso de conflito: “mais larga e maior que o punhal, era utilizada nos conflitos entre os gaúchos. Hoje faz parte da tradição do churrasco (Companhia Riograndense de Telecomunicações, 1998c)”.

A bota, “calçado produzido com couro de cavalo ou boi, peça indispensável na indumentária gaúcha (Companhia Riograndense de Telecomunicações, 1998)” que se destaca a espora (utilizada para pressionar o cavalo a se locomover) também faz parte da “pilcha”, que é o traje típico do gaúcho. A espora consiste em uma

“peça de metal utilizada para incitar o cavalo. Possui um disco dental móvel, chamado de reseta, que se adapta na parte traseira da bota do gaúcho (Companhia Riograndense de Telecomunicações, 1998b)”. Além disso, o churrasco “comida típica gaúcha, carne assada em espeto (Companhia Riograndense de Telecomunicações, 1998a)”, feito de costela de boi, na brasa de fogo de chão, também aparece representado, bem como a gaita e o seu músico<sup>7</sup>, podendo remeter a uma ideia de lazer e recreação.

Um dos pilares da construção do imaginário da sociedade gaúcha, segundo Pesavento (1993), remete a uma noção de que a sociedade rural gaúcha se constituiu pela fronteira sul através da guerra e do trabalho com o gado. Dessa maneira, essa sociedade agrária é uma sociedade sem classes e rivalidades, pois peões e estancieiros viveriam em um ambiente de camaradagem. A lida do campo, os afazeres com o gado e o estilo de vida simples uniriam a todos dentro de um ideal pacífico, pois o inimigo seria sempre externo (argentinos, uruguaios, ladrões de gado, etc.). Sendo assim, essa vida pacífica e democrática apresentava um compartilhamento de vivências em comum: tanto peão quanto estancieiro trabalhavam com o gado, andavam a cavalo, comiam churrasco e poderiam se reunir em uma roda de chimarrão e escutarem em conjunto algumas músicas tocadas pelo gaiteiro.

Conforme podemos observar, ao pensarmos a construção de uma possível identidade gaúcha, são mobilizados elementos da vida no campo, da vida rural. É importante destacar que, uma das atividades que tem se destacado no fenômeno turístico é o chamado turismo em espaço rural, que pode ser compreendido como um “no conjunto de actividades e serviços realizados e prestados mediante remuneração em zonas rurais, segundo diversas modalidades de hospedagem, de actividades e serviços complementares de animação e diversão turística” (Pérez, 2009, p. 255-256).

Não é o objetivo desse texto adentrar nessas discussões<sup>8</sup> sobre a “fabricação do gaúcho” e a construção desse tradicionalismo que está presente nas escolas, nos Centro de Tradições Gaúchas (CTGs), nas músicas, nos cartões telefônicos e pontos turísticos do estado. De qualquer forma, salienta-se que em 1947, em Porto Alegre, no Colégio Júlio de Castilhos, um grupo de estudantes começou a organizar um movimento de “retomada das origens” que levou a construção do que hoje se

conhece por tradicionalismo, representado pelo Movimento Tradicionalista Gaúcho (MTG) e seus CTGs (Zalla, 2010).

Outra parte dessa série apresenta diferentes prédios históricos de algumas cidades do estado, com destaque para Porto Alegre (incluindo comemorações do aniversário da cidade). As séries “Aniversário de Porto Alegre”, “Vale dos Sinos”, “Prédios Históricos da UFRGS”, “Arte e História de Torres” apresentam prédios e paisagens dessas cidades. Algumas fotos são antigas, outras são pinturas ou desenhos, podendo haver também fotografias mais atualizadas para o período de circulação dos cartões telefônicos. No verso de cada artefato, aparece um breve texto apresentando a imagem e a série, como é possível visualizar abaixo:



Fonte: acervo pessoal dos autores (2024).

**FIGURA 3**  
**Aniversário de 232 anos de Porto Alegre**

Essa série é de 2004, com uma tiragem de 250.000 cartões referentes ao aniversário de 232 anos da capital do Rio Grande do Sul. Na frente, é possível visualizar uma fotografia em plano aberto de uma parte da cidade, aparecendo nessa imagem dois pontos importantes para a paisagem e arquitetura citadina: o Monumento aos Açorianos<sup>9</sup> e o Centro Administrativo Fernando Ferrari<sup>10</sup> (CAFF). No verso, há um texto comentando sobre a história da cidade e a vinda dos casais açorianos.

Interessante destacar esses cartões como divulgadores de informações para públicos distintos. Nesse caso, um pouco da história da cidade estava sendo divulgada para públicos que não necessariamente estavam na escola. Inclusive, poderia haver quem não tivesse estudado ou não conseguiu concluir a sua escolarização. Esses cartões telefônicos eram propagadores de informações sobre o patrimônio histórico-cultural da cidade, podendo ser uma forma de captar a

atenção do usuário para alguns espaços de cotidiana circulação, ou pelo contrário, espaços e locais que não eram comuns para a rotina de alguns usuários de telefonia. Nem todos que adquiriram um exemplar dessa tiragem estavam vivendo em Porto Alegre ou conheciam esses pontos na capital, o que aponta para a possibilidade de apropriação destes artefatos pelo turismo cultural, motivando sua visita.

Por fim, uma coleção intitulada “Pampas Safari” faz uma propaganda a um empreendimento comercial e turístico da Região Metropolitana de Porto Alegre. O “Pampas Safari” estava localizado no município de Gravataí, sendo um sítio de turismo animal com 320 hectares. O visitante, mediante pagamento de ingresso, poderia realizar um “safári” dentro do carro, percorrendo rotas e observando os animais soltos pela propriedade. Nem todos os animais que estavam nesse sítio eram da fauna gaúcha, pois havia zebras, hipopótamos, lhamas, etc. Este parque encerrou suas atividades em novembro de 2016. Nesta série de cartões, provavelmente uma propaganda paga pelo parque, o usuário teria uma fotografia de um animal e, no verso, uma descrição da espécie fotografada seguida de uma propaganda do parque.



Fonte: acervo pessoal dos autores (2024).

**FIGURA 4**  
**Exemplar da série “Pampas Safari”**

Essa série teve uma tiragem de 23.000 exemplares (menos que as outras que aparecem ao longo do texto) e foi produzida entre 2003 e 2004. Além das informações da espécie Jacana ou Cafezinho no verso, há a divulgação do endereço do Pampas Safári e seu slogan “A vida selvagem em plena liberdade”.

À vista disso, esses cartões podem ser pensados como divulgadores tanto de informações históricas, atrativos turísticos de cidades e locais de lazer e passeio do

estado do Rio Grande do Sul. Por isso, tanto a área do turismo quanto a área de divulgação histórica e patrimonial podem ser pensadas para essas imagens e textos que estavam presentes nesses artefatos e circulavam por grupos sociais distintos. Poderia ser a oportunidade para possibilitar uma breve descrição ou um “chamariz” para que o usuário fosse em busca de mais informações ou tivesse curiosidade para saber mais sobre o tema do cartão, ação também provocada pelos cartões postais (Pérez, 2009). A próxima seção adentra nas discussões sobre patrimônio cultural e turismo.

### **Patrimônio cultural e turismo: uma análise a partir dos estudos visuais**

O conceito de patrimônio cultural não é simples e possui uma trajetória de ressignificações e disputas ao longo dos séculos (Funari; Pelegrini, 2009). À vista disso, a ideia de patrimônio foi pensada primeiramente como algo particular, pertencente a aristocracia e que seria repassado de maneira privada. No entanto, quando as configurações sociais passaram de reis e nobres para um Estado Nacional, foi necessário representar e construir o que seria essa nação enquanto uma comunidade imaginada.

Dessa forma, era preciso constituir e formar cidadãos. Ensinar que há um passado em comum, uma língua, costumes, valores e, para isso, começava a ocorrer uma configuração e uma disputa do que seria um patrimônio nacional. Segundo os autores, foi nesse contexto em que o patrimônio deixou de ser uma particularidade e passou a representar a nação e seus cidadãos, a compor as bases materiais que arquitetariam a ideologia nacionalista<sup>11</sup>. Françoise Choay (2017) argumenta que, desde cedo, este patrimônio nacional começa a ser objeto de visitas. Embora não fossem designadas pelo termo turismo, estas viagens visavam o conhecimento da História e Cultura dos diversos países, sobretudo da Europa e, serviam ainda como um marcador de diferenciação social.

Por consequência, Pedro Funari e Sandra Pelegrini (2009) destacam que esse patrimônio foi principalmente histórico, buscando uma “origem”, que congregasse os cidadãos de determinado Estado a compor e a se sentirem pertencentes a uma cultura e uma memória nacional, inserindo-os dentro de uma identidade nacional. Contudo, após a Segunda Guerra Mundial, o contexto se modificou. O nacionalismo extremado levou a duas guerras e ao extermínio de diferentes grupos sociais na

Europa. Além disso, as colônias europeias na África e na Ásia estavam em processos de independência, oportunizando que as disputas pelos significados do patrimônio histórico passassem a ser cada vez mais discutidas e negociadas. Dessa maneira, os novos interesses e grupos oportunizaram que o patrimônio passasse a ser pensado e decidido a partir da sua diversidade humana, cultural e ambiental. Por isso, entendemos o conceito de patrimônio como cultural, pois a diversidade de grupos sociais, suas disputas e amplitudes (regionais, estaduais, nacionais, etc.), a forma como gerenciam e definem o que são os bens materiais ou imateriais que compõem os diferentes patrimônios transformaram o conceito ao longo dos anos.

Considerando as colocações apresentadas, cabe questionar: qual a relação entre os cartões telefônicos e o patrimônio cultural gaúcho e sua apropriação pelo Turismo cultural? Inserimos nessa discussão a ideia de turismo cultural, pois há setores do turismo interessados em vender e promover esses patrimônios culturais mediante uma procura de público interessado no assunto, ao mesmo tempo em que produz e divulga um conjunto de imagens a respeito desse patrimônio.

Segundo Xerardo Pereiro Pérez (2009), o turismo pode ser pensado como uma atividade complexa e mutável, multifacetada e multidimensional, a qual não deve ser reduzida apenas ao seu caráter comercial e econômico. Sendo assim, o turismo é um fenômeno sociocultural, abordado a partir de diferentes pontos de vista e perspectivas disciplinares, dentre as quais, estão a Geografia, a Economia, o Direito, a Sociologia, a Antropologia, a Ecologia, entre outras.

De maneira geral, é possível afirmar que vivemos em um mundo turístico, fenômeno sociocultural impossível de ignorar e que, possibilita contatos culturais, convertendo-se em uma atividade consumidora de cultura. Para além de consumir cultura, o turismo é uma atividade produtora de novas formas de cultura (Pérez, 2009). Dessa forma, entendemos que os cartões telefônicos podem ser pensados como suportes para a promoção de cultura e estímulo ao conhecer o outro.

O Ministério do Turismo (Brasil, 2010) entende o segmento do turismo cultural como resultado da combinação entre cultura e turismo, marcado pela motivação do turista em se deslocar para vivenciar aspectos e situações ligados à Cultura. Em consonância com os conceitos apresentados pelo Ministério do Turismo (Brasil, 2010), Flávia Roberta Costa (2009) entende que os elementos de natureza material ou simbólica “que compõem o patrimônio cultural de determinada população devem ser tomados como recursos que poderão ser

utilizados como fonte de atração do turismo cultural” (Costa, 2009, p. 50). Conforme se observa, o patrimônio cultural é o elemento central que mobiliza o turista cultural.

Diante dessa mudança de significado, podemos pensar o patrimônio cultural não apenas em sua materialidade (prédios, documentos, artefatos, roupas, etc.), mas também na sua imaterialidade, nas suas expressões culturais que vão sendo passadas de geração em geração e são importantes para aquela comunidade. Como já comentado anteriormente, esse tradicionalismo pensado e divulgado como uma tradição inventada, representa e significa o estado do Rio Grande do Sul para uma parcela da população. Seja por quem frequenta o CTG ou, conforme afirma Pesavento (1993), pelas crianças que aprendem na escola o que é ser gaúcho e organizam atividades e festejos no mês de setembro (que seria o mês de início da Revolta Farroupilha), há uma identificação que transforma essas imagens que estão pelos cartões telefônicos em um patrimônio histórico-cultural e, ao mesmo tempo, turístico, pois esses festejos, churrascos, vida campeira são divulgados para outros espaços do país e do mundo.

Embora os cartões telefônicos não tivessem sua utilidade primeira voltada para o turismo, mas sim para a comunicação telefônica através dos “orelhões”, entendemos que, ao apresentarem textos e imagens relacionados ao patrimônio cultural, estes cartões permitiram a circulação de elementos possivelmente apropriados pelo turismo cultural. Desta forma, além de estimular a circulação de turistas, sejam do próprio estado que abordam ou de estados diferentes, os cartões contribuíram, assim como o turismo cultural, para a valorização e preservação do patrimônio cultural.

Além disso, ao mobilizarmos as imagens dos cartões apresentados, podemos observar um conjunto de elementos evocados para designar o ser gaúcho e o seu patrimônio cultural. Essas proposições estão na esteira das discussões de Pérez (2009), que reforça que a indústria turística alimenta estereótipos. No estudo aqui apresentado, tomamos como centro da análise elementos do patrimônio cultural do Rio Grande do Sul. Sendo assim, recorreremos à análise visual dos cartões telefônicos, procurando analisar elementos do patrimônio cultural gaúcho e sua possível apropriação pelo turismo cultural.

### Cartões telefônicos e patrimônio cultural gaúcho: um convite à visitação

De acordo com o Ministério do Turismo (Brasil, 2010), os serviços e atividades turísticas que podem ser desenvolvidas pelo segmento do turismo cultural são diversas, estando dentre elas: visitas a comunidades tradicionais e/ou étnicas; visitas a sítios históricos; visitas a sítios arqueológicos e/ou paleontológicos; visitas a espaços e eventos religiosos, lugares místicos e esotéricos; visitas a monumentos e celebrações cívicas, museus e casas de cultura; visitas gastronômicas; passeios para festas, festivais, celebrações locais e manifestações populares, cinemas e teatros.

É possível identificar muitos espaços de desenvolvimento destas atividades nos cartões analisados, o que entendemos como uma forma de convite à visitação, seja de residentes do próprio estado do Rio Grande do Sul ou externos. De maneira geral, destaca-se a presença de monumentos marcantes na História do Rio Grande do Sul e, em especial, da sua capital, Porto Alegre. Na sequência, apresentamos dois cartões com imagens de prédios marcantes:



Fonte: acervo dos autores (2024).

**FIGURA 5**  
**Prédios históricos de Porto Alegre**

Na Imagem 5, podemos identificar dois prédios históricos de Porto Alegre, sendo o primeiro o Mercado Público Central<sup>12</sup> e, o segundo, o Teatro São Pedro<sup>13</sup>. O Mercado Público é representando através de uma foto de sua lateral, mostrando a extensão do prédio. Além disso, é possível observar a circulação de pessoas pelo centro da cidade. Ao fundo, observa-se um prédio em estilo moderno, contrapondo-

se ao estilo Eclético do mercado. Além da imagem, o verso do cartão apresenta algumas informações importantes sobre o monumento:

Inaugurado em 1869, apresenta estilo neoclássico. O segundo piso só foi concluído no ano de 1913, após ter sofrido um incêndio. Entre os anos de 1995 e 1996 passou por uma grande reforma modificando sua estrutura interna e restaurando sua parte externa. Em suas mais de cem lojas encontram-se especiarias e produtos típicos da cultura gaúcha em suas 117 lojas. Restaurantes, lanchonetes e sorveterias complementam a oferta de bens e serviços. Foi tombado pelo município em 1979. Localiza-se no Largo Glênio Peres, s/n – Centro – Pç. XV de Novembro (Companhia Riograndense de Telecomunicações, 2000a).

A articulação entre texto e imagem permite uma maior apropriação do prédio representado no cartão. Conforme podemos identificar, além das características do estilo e da construção do Mercado Público Central, o texto atenta para a presença e tipo das lojas que compõem o interior do mercado, destacando aquelas voltadas para a comercialização de “especiarias e produtos típicos da cultura gaúcha”. Dessa maneira, além do patrimônio arquitetônico, o cartão apresenta elementos da produção típica local, elementos que podem ser apropriados pelo turismo cultural, agregando valor a este espaço (Brasil, 2010; Costa, 2009).

O segundo prédio representado é o Teatro São Pedro de Porto Alegre. A análise do cartão permite afirmar que a imagem apresentada consiste em uma fotografia de época do Teatro, diferente do Mercado Público. Além disso, é possível afirmar que o cartão faz parte de uma série maior, intitulada de “Fotografia brasileira século XIX”. Diferentemente do primeiro cartão, o segundo possui poucas informações sobre o local representado, trazendo apenas a data de sua construção (1865) e a coleção a qual a imagem pertence (Coleção D. Teresa Cristina Maria – Acervo Fotográfico da Fundação Biblioteca Nacional).

Ambos os prédios apresentados, além de fazerem parte do patrimônio cultural do Rio Grande do Sul, costumam ser explorados nos roteiros turísticos que se preocupam com o centro histórico da capital gaúcha. Os espaços representados estão entre alguns considerados parte da identidade gaúcha. Ao adotar uma perspectiva antropológica do turismo, Pérez (2009) destaca que, enquanto forma de contato intercultural, o fenômeno turístico relaciona duas categorias identitárias complementares: o turista e o hospedeiro. “A identidade dos turistas e dos residentes constrói-se através das relações intragrúpicos e intracomunitárias, e também em função das relações de interação entre os turistas e os seus receptores”

(Pereiro Pérez, 2009, p. 43-44). A circulação destes textos e imagens instigariam as pessoas a conhecerem estes espaços? Os cartões contribuiriam com a motivação para visitação destes espaços? Embora a análise dos cartões não permita responder estes questionamentos de forma direta, é possível observar a presença de diferentes prédios históricos da capital, como apresentados na sequência:



Fonte: acervo dos autores (2024).

**FIGURA 6**  
**Série Bico de Pena**

Na Imagem 6 podemos observar a presença de quatro cartões, ambos da série intitulada Bico de Pena. Assim como no caso anterior, os monumentos representados são prédios da região central da cidade de Porto Alegre, sendo eles: Igreja das Dores<sup>14</sup>, Hospedaria<sup>15</sup>, Casa de Azulejos<sup>16</sup> e Gasômetro<sup>17</sup>. As imagens são todas reproduções de desenhos de Hélio R. Alves. Assim como no caso do primeiro cartão analisado, estes possuem informações imagéticas e escritas. Esses cartões podem ser relacionados a uma ideia de patrimônio material, arquitetônico, proposta antiga dentro das legislações que pretendem salvaguardar essas construções por serem representantes do local (sendo essa importância local, estadual ou nacional).

Ao mobilizarmos os cartões e, considerando que os mesmos eram artefatos de circulação, entendemos que os mesmos podem ser entendidos como mídias interpretativas do patrimônio cultural. Pérez (2009) entende a interpretação do patrimônio cultural como a arte de revelar os significados para um público, centrado em seu legado cultural e natural. Nesse processo, são mobilizadas linguagens e técnicas que, nos cartões, comporta textos e imagens. Dentre as técnicas de aplicação da interpretação, destacam-se:

Exposições permanentes e temporárias. Maquetas e reproduções. Montagens audiovisuais e diagramas. Experiências interactivas. Performances, 'living history' (recreações e representações da história) e representações teatrais. Festas e eventos. Sinalização e painéis informativos. Arte na paisagem. Visitas guiadas e itinerários temáticos. Ateliers e actividades didácticas. Desdobráveis, edições e materiais informativos (Pérez, 2009, p. 230).

---

20

Seriam os cartões suportes potentes para a interpretação? Seriam mobilizados pelos moradores locais, turistas e visitantes para conhecerem mais a respeito dos espaços representados? Cabe ressaltar que, uma breve busca por sítios eletrônicos a respeito de roteiros culturais de Porto Alegre apresenta os bens culturais presentes nos cartões como atrativos culturais. Os guias turísticos, entendidos como mediadores entre locais e visitantes (Péres, 2009), costumam levar seus clientes nos espaços outrora representados em cartões telefônicos. Seriam, também os cartões, mediadores culturais? Os questionamentos propostos nos fazem refletir a respeito dos possíveis usos desses artefatos.

Conforme temos demonstrado até o presente momento, dentre os textos e imagens presentes nos cartões, destacam-se prédios históricos da capital do Rio Grande do Sul. É importante destacar que, dentre as diferentes possibilidades de

desenvolvimento do turismo cultural, está o Turismo em espaço urbano, que pode ser compreendido como a prática que os turistas têm de visitar as cidades e de utilizar os seus serviços e funções, sendo que, a cidade tem uma importância central na topografia mental dos turistas, nas redes de transporte e nos recursos.

O turismo cultural em cidades se apropria do patrimônio cultural, das artes, indústrias culturais, estilos de vida, etc. Embora as imagens até aqui analisadas relacionem-se à cidade de Porto Alegre, é importante destacar que ela não foi a única representada nos cartões telefônicos. Séries como “Vale dos Sinos”, “Estâncias de Bagé” e “Arte e História de Torres” apresentam outras cidades gaúchas. A cidade de Torres, por exemplo, recebeu especial atenção nos cartões, como podemos observar alguns exemplares que estão apresentados abaixo:



Fonte: acervo dos autores (2024).

### FIGURA 7 “Arte e História de Torres”

Conforme podemos observar, assim como para os cartões referentes à cidade de Porto Alegre, a série “Arte e História de Torres” também é permeada pelo patrimônio arquitetônico, destacando-se casas, prédios e igrejas. Enquanto os cartões anteriores apresentam elementos do patrimônio cultural da capital do Rio Grande do Sul, a série “Arte e História de Torres” apresenta outros cenários, os quais podem ser um convite, dentre outros, para os moradores e as moradoras de Porto Alegre.

Colocar em contato bens culturais de diferentes cidades nos permite pensar a respeito da relação entre viagem e cotidiano (Krippendorf, 2009). Enquanto para

os habitantes da capital gaúcha os prédios representados podem ser pensados como parte do cotidiano, para os turistas e visitantes, podem ser vistos como espaços de visitação, de lazer. No caso de Torres, essa relação pode se invertendo, sendo o seu cenário potencialmente compreendido como espaço de lazer para o “estrangeiro”, como aqueles que vêm da capital.

Conforme mencionado anteriormente, a cidade é, também, espaço de visitação, de apropriação pelo turismo. No entanto, quando voltadas para os seus habitantes, “as cidades não se preocupam muito com o lazer nem com as necessidades de relaxamento de seus habitantes. A maioria são cidades de trabalho, incompatíveis com uma vida plena” (Krippendorf, 2009, p. 37). No entanto, quando voltadas para os turistas, essa relação tende a se alterar.

Por fim, é importante destacar a importância dos cartões enquanto suportes visuais. O período em que os cartões foram produzidos e circularam é anterior ao processo de popularização dos dispositivos que permitem fotografar de forma mais intensa (De Oliveira; Sigiliano Frossard, 2017). Nesse período, Pérez (2009) destacou a importância dos postais, entendidos como forma de marcar a presença em determinado lugar, suporte de memória e também, criadores de imagens e estereótipos.

Nas últimas décadas, o ato de fotografar passou de algo ritualizado para algo cotidiano. No turismo, a fotografia aparece como prova, para si e para os outros, de que se esteve em algum lugar. A fotografia, ao mesmo tempo em que documenta, compartilha o cotidiano. Ela congela os instantes, transforma-os em algo palpável, não apenas para o turista e visitante, mas também para o outro (De Oliveira; Sigiliano Frossard, 2017).

A partir dos elementos analisados nesta pesquisa, entendemos que os cartões telefônicos podem ter sido mobilizados como suportes imagéticos e textuais sobre os diferentes bens culturais, sendo apropriados não apenas por habitantes destes locais, mas também por turistas e visitantes. De maneira geral, acreditamos na potência de continuidade desta investigação, tomando as particularidades do patrimônio representado nos cartões telefônicos.

**Alguns apontamentos: reflexões e possibilidades de “visitações futuras”**

Ao longo desta investigação, procuramos analisar a produção e circulação visual de elementos do patrimônio cultural gaúcho em cartões telefônicos e sua possível apropriação pelo turismo cultural. De maneira geral, podemos identificar que, para além do seu uso convencional, os cartões telefônicos funcionaram também como suportes de divulgação de diferentes produtos e artefatos, dentre eles, o patrimônio cultural.

Em relação ao Rio Grande do Sul, identificamos a presença de elementos relacionados à produção e à reprodução de um imaginário do gaúcho típico, atrelado a uma tradição regional inventada. Dentre estes elementos, atentamos para a importância do patrimônio arquitetônico, em especial para as edificações na cidade de Porto Alegre.

De forma geral, entendemos que além de veicular imagens do patrimônio cultural gaúcho, os cartões podem ter servido como convites a visitação destes lugares, podendo ser apropriados pelo turismo cultural de diferentes formas. Considerando os estudos mobilizados, destacamos que os cartões apresentam bens culturais que foram e são convertidos em atrativos turísticos. Além disso, enquanto suportes de textos e imagens, esses artefatos apresentam potenciais elementos para a interpretação do patrimônio cultural, podendo ser pensados como mídias interpretativas.

Considerando as imagens apresentadas nos cartões, entendemos ainda que, de alguma forma, podem ter uma utilidade parecida com os cartões-postais, registrando o ter estado em determinados lugares. A circulação destes textos e imagens instigariam as pessoas a conhecerem estes espaços? Os cartões contribuiriam com a motivação para visitação destes espaços? Seriam os cartões suportes potentes para a interpretação? Seriam mobilizados pelos moradores locais, turistas e visitantes para conhecerem mais a respeito dos espaços representados? Finalizamos este estudo com um convite a novas “visitações”, pesquisas futuras que possam dar continuidade a esta temática e proporem respostas aos questionamentos que apresentados.

**NOTAS**

1. O aplicativo WhatsApp foi criado em 2009 por Brian Acton e Jan Koum que eram programadores computacionais. Devido ao sucesso do aplicativo de mensagens pelo mundo, em 2014 a empresa Facebook comprou o WhatsApp e o incorporou a seus produtos e serviços.
2. Por exemplo: pela engenharia de comunicações, investigando questões técnicas, pela área de comunicação, pensando esses cartões como divulgadores de informações públicas (Binotto, 2005), como possibilidade de pesquisa para a cultura visual (Silva, 2019), a história das comunicações no Brasil, na área das linguagens, sendo utilizado em sala de aula (Berwaldt; Farias; Souza, 2004), como suporte para gêneros textuais (Baroni, 2009), na publicidade e propaganda (Dayvid, 2004), etc.
3. A Companhia Rio-Grandense de Telecomunicações (CRT) foi criada em 1962 pelo governador do Rio Grande do Sul Leonel Brizola, que encampou a empresa de telefonia do período que era formada por capital americano. A partir desse momento, a telefonia do estado passou a ser pública. Durante o governo de Antônio Brito (1995-1999) ocorreu a sua privatização para a empresa Telefônica S/A, que era da Espanha.
4. Como sugestão de estudos sobre selos e postais, ver Salcedo (2011) e Campello; Cabral; Duarte; Silva (2017).
5. A Casa das Sete Mulheres é um romance da autora Leticia Wierzchowski sobre sete mulheres da família de Bento Gonçalves que foram levadas para viver na Estância da Barra, interior do Rio Grande do Sul, enquanto estava ocorrendo a Revolta dos Farrapos (1835 - 1845). Este romance foi adaptado para uma minissérie de cinquenta e um capítulos transmitida pela Rede Globo em 2003. O sucesso da minissérie foi grande, sendo reapresentada em outros momentos e canais pagos da Rede Globo.
6. Leonid Streliaev é um fotógrafo e jornalista gaúcho, nascido em Porto Alegre, em 1949. Possui diversos livros, coleções e participou de várias mostras de fotografia desde 1979. Seu site pessoal possui um slogan que afirma: “50 anos fotografando a alma do Rio Grande”. A escolha em reproduzir as fotografias de Leonid nessa série “Tradições” é mais uma forma de retratar o que seria essa cultura gaúcha e reforçar o tradicionalismo e a “invenção” do gaúcho com sua natureza campeira e guerreira. Para saber mais: <http://leonid.com.br/o-fotografo/>.
7. Embora sejam apresentados quatro cartões da Série “Tradições”, sabe-se que ela é composta por cinco, sendo que, a imagem do cartão faltante é um gaiteiro, vestido com a vestimenta considerada típica do Rio Grande do Sul, segurando o instrumento musical conhecido como gaita ou sanfona.
8. Para saber mais sobre pesquisas relacionadas com essa temática tradicionalista ver: Zalla (2010), Nedel (2005), Konflanz (2013) e Oliven (2006).
9. O Monumento aos Açorianos foi inaugurado em 1974, sendo uma escultura feita em aço pelo escultor Carlos Tenius. Representando um barco, remete ao processo de ocupação do território de Porto Alegre pelos casais açorianos que foram enviados pelo rei de Portugal para começarem a ocupação e a colonização do sul do Brasil por volta de 1750.
10. O CAFF é uma referência de pontos arquitetônicos de Porto Alegre. Inclusive, há uma piada entre os moradores que sempre declaram uma vontade de descer do lado de prédio que possui o formato de uma curva (alguns mais radicais imaginam essa descida com um skate). Nesse edifício, há diversas secretarias e departamentos públicos estaduais. Sua construção começou na década de 1970 e a inauguração aconteceu em 1987.
11. Para saber mais sobre estas discussões, bem como para as relações entre monumento e monumento histórico, emergência do conceito de patrimônio, a importância dos antiquários para a construção do conceito de patrimônio e sobre as práticas de tombamento, ver a obra “A Alegoria do Patrimônio”, de Françoise Choay (2017).
12. O Mercado Público de Porto Alegre foi inaugurado em 1869, contendo um piso. Em 1912, ano em que ganhou o segundo andar, foi atingido por um incêndio. Além do fogo, também a água invadiu o mercado, como na Grande Enchente de 1941, que assolou Porto Alegre. Em 1979 o Mercado foi tombado pelo Patrimônio Histórico e Cultural de Porto Alegre (Massaro, 2019). É relevante ressaltar que, além da importância do prédio e das práticas comerciais, o mercado é significativamente importante para os praticantes de religiões de Matriz Africana, os quais acreditam que, no centro do

Mercado, está assentado o Orixá Bará. No dia 18 de dezembro de 2020, a Câmara Municipal de Porto Alegre aprovou o projeto de lei que tomba o Bará do Mercado Público como patrimônio histórico-cultural de Porto Alegre (Bará..., 2020).

- <sup>13</sup>. O Theatro São Pedro foi inaugurado em 27 de junho de 1858, sob a presidência de Ângelo Moniz da Silveira Ferraz, o Barão de Uruguaiana. O projeto arquitetônico de estilo neoclássico é de autoria de Filipe de Normann. Possui uma acústica características dos teatros antigos, projetados para apresentações nas quais ainda não existiam os microfones (Theatro São Pedro, 2019).
- <sup>14</sup>. Situada entre as atuais Rua Riachuelo e Rua dos Andradas, a Igreja das Dores teve sua pedra fundamental assentada em 02 de fevereiro de 1807, por membros da então chamada Irmandade de Nossa Senhora das Dores. Com seu estilo eclético, foi reconhecida pelo Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN) em 1938, aproximadamente 30 anos após o término da obra. A Igreja é marcada pela diversidade de estilos arquitetônicos, fruto do tempo de demora de sua construção, que levou aproximadamente 100 anos (Paróquia Nossa Senhora das Dores, [201-]).
- <sup>15</sup>. Sobre a Hospedaria, Sílvia Leão (2000) ressalta que era o Hotel de France. Este prédio, que não existe mais, era de três pavimentos, onde no primeiro ficava a agência da Singer e um restaurante, sendo os outros dois andares pertencentes ao hotel. De acordo com a autora: “O edifício de três andares destacava-se de seus vizinhos, o prédio de um pavimento da Livraria do Globo e o sobrado de Germano Petersen Júnior, no térreo do qual ficava a alfaiataria da família, considerada um ‘ninho de politicalha’” (Leão, 2000, p. 5).
- <sup>16</sup>. Situada na Rua da Praia, a Casa de Azulejos é um dos últimos sobrados de origem portuguesa, construído no século XIX. Embora a data de sua construção seja incerta, sabe-se que em 1866 já servia de Gráfica. A fechada foi restaurada em 2017, com réplicas idênticas, feitas sob encomenda. O espaço já foi moradia de um médico, marmoraria, chapelaria, sede de leilões, gráfica, fábrica de bolsas e flipperama e, mais recentemente, o Boteco Histórico (Mercure Engenharia, 2018).
- <sup>17</sup>. A antiga usina termelétrica do Gasômetro foi inaugurada em 15 de novembro de 1928, na chamada Praia do Arsenal, tendo sido projetada para fornecer energia à base de carvão mineral. De forma geral, a usina foi palco da industrialização ainda incipiente no Brasil. Em 1974, a Usina encerrou suas operações como geradora de energia, sendo desativada. Em 1983, o governo municipal tombou o prédio. Em 1991, o prédio foi aberto à população como Centro Cultural (Porto Alegre, [201-]).

## REFERÊNCIAS

BARÁ do Mercado é oficialmente patrimônio histórico-cultural de Porto Alegre. *Gaúcha ZH*, Porto Alegre, 18 dez. 2020. Disponível em: <https://gauchazh.clicrbs.com.br/porto-alegre/noticia/2020/12/bara-do-mercado-e-oficialmente-patrimonio-historico-cultural-de-porto-alegre-ckiulw1g60013017wx0dzbtoi.html>.

BARONI, Gabriela do Couto. O Cartão Telefônico como suporte para gêneros textuais. In: CONGRESSO NACIONAL DE LINGÜÍSTICA E FILOGIA, 13., 2009, Rio de Janeiro. *Cadernos do CNFL*. Rio de Janeiro: CiFEFiL, 2009. n. 4, p. 2204-2216.

BERWALDT, Ângela; FARIAS, Maria do Socorro A.; SOUZA, Mariana de. A contribuição do gênero textual cartão telefônico no ensino da língua portuguesa. *Revista Ideias*, Santa Maria, n. 20, p. 58-64, jul./dez. 2004.

BINOTTO, Sibila Francine Tengaten. *Cidadania em fragmentos: um estudo sobre cartões telefônicos brasileiros*. 2005. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Biblioteconomia) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2005.

BORGES, Maria Eliza Linhares. Tradição e modernidade na mira dos fotógrafos. In: *História & fotografia*. Belo Horizonte: Autêntica, 2003.

BRASIL TELECOM. *Aniversário de Porto Alegre – 232 anos*: Centro Administrativo. [Rio Grande do Sul]: Brasil Telecom, 2004. 1 cartão telefônico.

BRASIL TELECOM. *Pampas Safari: Jaçana ou Cafezinho*. [Rio Grande do Sul]: Brasil Telecom, 2004a. 1 cartão telefônico.

BRASIL. Ministério do Turismo. *Turismo cultural: orientações básicas*. 3. ed. Brasília, DF: Ministério do Turismo, 2010.

CAMPELLO, Maria de Fátima de M. B.; CABRAL, Renata Campello; DUARTE, Jaianny F.; SILVA, Thaysa de O. Cartões-Postais: entre as práticas visuais e a conservação do patrimônio urbano. *Urbana*, Campinas, v. 9, n. 3, p. 659-676, 2017.

CHOAY, Françoise. *A alegoria do patrimônio*. 6. ed. São Paulo: Estação Liberdade: Ed. UNESP, 2017.

COMPANHIA RIOGRANDENSE DE TELECOMUNICAÇÕES. *[Casa]*. [Rio Grande do Sul]: CRT, 2001. 1 cartão telefônico.

COMPANHIA RIOGRANDENSE DE TELECOMUNICAÇÕES. *[Igreja]*. [Rio Grande do Sul]: CRT, 2001a. 1 cartão telefônico.

COMPANHIA RIOGRANDENSE DE TELECOMUNICAÇÕES. *Bota*. [Rio Grande do Sul]: CRT, 1998. 1 cartão telefônico.

COMPANHIA RIOGRANDENSE DE TELECOMUNICAÇÕES. *Casa de Azulejos*. [Rio Grande do Sul]: CRT, 2000. 1 cartão telefônico.

COMPANHIA RIOGRANDENSE DE TELECOMUNICAÇÕES. *Churrasco*. [Rio Grande do Sul]: CRT, 1998a. 1 cartão telefônico.

COMPANHIA RIOGRANDENSE DE TELECOMUNICAÇÕES. *Espora*. [Rio Grande do Sul]: CRT, 1998b. 1 cartão telefônico.

COMPANHIA RIOGRANDENSE DE TELECOMUNICAÇÕES. *Faca de Prata*. [Rio Grande do Sul]: CRT, 1998c. 1 cartão telefônico.

COMPANHIA RIOGRANDENSE DE TELECOMUNICAÇÕES. *Gasômetro 1926*. [Rio Grande do Sul]: CRT, 2000a. 1 cartão telefônico.

COMPANHIA RIOGRANDENSE DE TELECOMUNICAÇÕES. *Hospedaria*. [Rio Grande do Sul]: CRT, 2000b. 1 cartão telefônico.

COMPANHIA RIOGRANDENSE DE TELECOMUNICAÇÕES. *Igreja das Dores*. [Rio Grande do Sul]: CRT, 2000c. 1 cartão telefônico.

COMPANHIA RIOGRANDENSE DE TELECOMUNICAÇÕES. *Mercado Público Central*. [Rio Grande do Sul]: CRT, 2000a. 1 cartão telefônico.

COMPANHIA RIOGRANDENSE DE TELECOMUNICAÇÕES. *Rádio da Universidade*. [Rio Grande do Sul]: CRT, 1999. 1 cartão telefônico.

COMPANHIA RIOGRANDENSE DE TELECOMUNICAÇÕES. *Série Arte e História de Torres: Farol Hotel*. [Rio Grande do Sul]: CRT, 2001b. 1 cartão telefônico.

COMPANHIA RIOGRANDENSE DE TELECOMUNICAÇÕES. *Série Arte e História de Torres: Polícia*. [Rio Grande do Sul]: CRT, 2001c. 1 cartão telefônico.

COSTA, Flávia Roberta. *Turismo e patrimônio cultural: interpretação e qualificação*. São Paulo: Editora Senac, 2009.

DAYVID, Damião. Publicidade e propaganda na comunicação de cartões telefônicos. [S. l.: s. n.], 2004. Disponível em: <https://repositorio.pgsskroton.com/bitstream/123456789/885/1/artigo%2042.pdf>.

DE OLIVEIRA, Gislaine Cristina; SIGILIANO FROSSARD, Miriane. A sociedade do espetáculo e o ato de fotografar nas viagens. *PASOS: Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, v. 15, n. 1, enero 2017, p. 261-272.

FUNARI, Pedro P. A.; PELEGRINI, Sandra de C. A. *Patrimônio histórico e cultural*. Rio de Janeiro: J. Zahar, 2009.

GUASH, Ana Maria. Doce Reglas para una Nueva academia: la “Nueva Historia del Arte” y los Estudios Audiovisuales. In: BREA, José Luis. *Estudios visuales: la epistemología de la visualidad en la era de la globalización*. España: Akal, 2005.

HOBSBAWM, Eric. Introdução: A invenção das tradições. In: HOBSBAWM, Eric; RANGER, Terence (org.). *A invenção das tradições*. São Paulo: Paz e Terra, 2008.

KONFLANZ, Celso. *A Moderna Tradição Gaúcha: um estudo sociológico sobre o Tradicionalismo Gaúcho*. 2013. Dissertação (Mestrado em Ciências Sociais) – Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2013.

KRIPPENDORF, Jost. *Sociologia do turismo: para uma nova compreensão do lazer e das viagens*. São Paulo: Aleph, 2009.

LEÃO, Sílvia Lopes Carneiro. Os antigos hotéis de Porto Alegre. *ARQTEXTO*, Porto Alegre, v. 0, p. 4-12, 2000.

MASSARO, Henrique. Mercado Público: 150 anos de repetitivas resistências. *Correio do Povo*, Porto Alegre, 3 out. 2019. Disponível em: <https://www.correiodopovo.com.br/especial/mercado-p%C3%BAblico-150-anos-de-repetitivas-resist%C3%AAncias-1.369509>.

MERCURE ENGENHARIA. *Restaurado sobrado do século XIX em Porto Alegre*. Porto Alegre, 4 jul. 2018. Disponível em: <https://www.mercureengenharia.com.br/post/restaurado-sobrado-do-seculo-xix-em-porto-alegre>.

NEDEL, Leticia Borges. *Um Passado Novo para uma História em Crise: Regionalismo e Folcloristas no Rio Grande do Sul*. 2005. Tese (Doutorado em História) – Universidade de Brasília, Brasília, DF, 2005.

OLIVEN, Ruben George. *A parte e o todo: a diversidade cultural no Brasil-Nação*. 2. ed. Petrópolis: Vozes, 2006.

PARÓQUIA NOSSA SENHORA DAS DORES (Porto Alegre, RS). *Origem*. Porto Alegre, [201-]. Disponível em: <https://www.igrejadasdores.org.br/hist%C3%B3ria-e-cultura>.

PÉREZ, Xerardo Pereiro. A Interpretação do Patrimônio Cultural. In: PÉREZ, Xerardo Pereiro. *Turismo cultural: uma visão antropológica*. El Sauzal (Tenerife. España): ACA y PASOS, RTPC. 2009.

PESAVENTO, Sandra J. A invenção da sociedade gaúcha. *Ensaio FEE*, Porto Alegre, v. 14, n. 2, p. 383-396, 1993.

POLLAK, Michael. Memória e Identidade Social. *Estudos Históricos*. Rio de Janeiro, v. 5, n. 10, 1992.

PORTO ALEGRE (RS). *Usina do Gasômetro*. Porto Alegre, [201-]. Disponível em: [https://www2.portoalegre.rs.gov.br/smc/default.php?p\\_secao=284](https://www2.portoalegre.rs.gov.br/smc/default.php?p_secao=284).

SALCEDO, Diego Andres. *Pernambuco nos selos postais: fragmentos verbo-visuais de pernambucanidades*. Recife: [s.n.], 2011.

SILVA, Eduardo Cristiano Hass da. Cartões telefônicos como fontes para a pesquisa histórica: possibilidades de pesquisa em Cultura Visual. *Revista Brasileira de História da Mídia*, São Paulo, v. 8, n. 1, jan./jun. 2019.

TELECOMUNICAÇÕES BRASILEIRAS. *Teatro São Pedro*. [Brasil]: Telebrás, 1996. 1 cartão telefônico.

THEATRO SÃO PEDRO (Porto Alegre, RS). *Theatro São Pedro celebra 161 anos de história*. Porto Alegre, 2019. Disponível em: <http://www.teatrosaopedro.com.br/theatro-sao-pedro-celebra-161-anos-de-historia/>.

ZALLA, Jocelito. *O Centauro e a Pena: Luiz Carlos Barbosa Lessa (1929 - 2002) e a invenção das tradições gaúchas*. 2010. Dissertação (Mestrado em História) - Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2010.

**Eduardo Cristiano Hass da Silva** é Professor do Curso de Turismo da Faculdade de Engenharia, Letras e Ciências Sociais do Seridó (FELCS) da Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN). Doutor em Educação pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS). Mestre e graduado (licenciatura e bacharelado) em História pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUC-RS).

**Bárbara Virgínia Groff da Silva** é Assessora pedagógica dos anos finais do ensino fundamental na Secretaria de Educação do município de Cachoeirinha, no Rio Grande do Sul. Doutora e Mestra em Educação pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUC-RS). Licenciada em História pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS)

**Como citar:**

SILVA, Eduardo Cristiano Hass da; SILVA, Bárbara Virgínia Groff da. Cartões telefônicos e turismo cultural: possibilidades de investigação sobre patrimônio cultural do Rio Grande do Sul (décadas de 1990-2000). *Patrimônio e Memória*, Assis, SP, v. 20, n. 1, jan./jun. 2024. Disponível em: [pem.assis.unesp.br](http://pem.assis.unesp.br).