

El paisaje en las postales colombianas alrededor de 1900.

Convocatoria: Categoría 1, texto largo

Seudónimo: Sorel

El paisaje en las postales colombianas alrededor de 1900.

*Toda nuestra biblioteca, toda nuestra enciclopedia,
nuestras palabras, nuestras imágenes, nuestras figuras,
nuestros secretos, un inmenso castillo de tarjetas postales*
Jacques Derrida, *La tarjeta postal*

Así como la biografía otorga sentido a aspectos de la vida que bien pudieron ser más producto del azar, en la historia se tiende a organizar aspectos caóticos dentro de estructuradas revoluciones y procesos. Las coyunturas de un conflicto permiten identificar líneas de ruptura y cortes de momentos históricos, pero esos cortes temporales, como cualquier sistema de representación, no son otra cosa que un esquema, un marco de referencia para facilitarnos la vida a quienes nos dedicamos al estudio del pasado: desde los geólogos que buscan cambios de eras en los estratos de las rocas, o los paleontólogos que buscan siglos entre la forma de las ruinas, hasta los historiadores que buscamos en unos pocos años dinámicas de discontinuidades. El espejismo de un tiempo lineal nos evade la necesidad de enfrentarnos a momentos donde el mundo, ni sincrónico ni diacrónico, nos ofrece una y otra vez la imagen de un cambio escondido con la máscara del pasado o viceversa, en la evocación histórica un verdadero emblema de cambio.

Pero la historia se carga con paradojas, y a pesar de la ilusión de objetividad con la que trabajamos los historiadores, debemos asumirlas como parte del universo lógico de la sociedad. Desafortunadamente, eso obliga a enfrentarnos a nuestras propias corrientes

investigativas que, en el caso colombiano, aunque discretas, son determinantes. Así, palabras como “modernidad”, “progreso” o “movimiento”, entran en nuestro lenguaje cotidiano y como investigadores lo replicamos y buscamos en vano grandes revoluciones donde a lo sumo, se han dado ligeros cambios. En historia del arte la idea de impacto como revolución ha dejado de lado que las tradiciones, aunque muchas veces anónimas y silenciosas, pueden llegar a ser mucho más trascendentes, al menos desde un punto de vista cultural.

Quisiera presentar la historia de un tipo de imagen: la postal. Sé que para muchos la imagen postal constituye una imagen de categoría inferior, un cartón que aún hoy se relega a la curiosidad de unos pocos coleccionistas, o se observa con la seriedad de un souvenir turístico. Y en realidad así lo fue. Pero permítanme profundizar en ella.



Tarjeta postal, fotografía blanco y negro coloreada. “House-Moving”. Barranquilla, ca. 1904.
Biblioteca Luis Ángel Arango, Sala de libros raros y manuscritos

En esta postal, un grupo de barranquilleros se agruparon para levantar la estructura completa de una casa, principalmente su techo realizado con hojas de palma, y moverla de un lugar a otro. Los tres hombres más altos sostienen una de las vigas de madera, dispuestos a realizar el esfuerzo de la elevación, mientras los otros están organizados alrededor. Todos van descalzos. Varios de ellos usan sombrero. Las sombras en el interior de la choza dan a entender que otros hombres están organizados para el desplazamiento. La imagen fue

pigmentada con delicadeza en elementos como el vestuario de algunos de ellos, el techo de la choza, el cielo y la arena en la que están todos parados.

La foto pasa desapercibida en una primera mirada, si no estuviera circunscrita en una época en la cual la lectura sobre la modernidad y el territorio hispanoamericano no estuvieran en plena controversia. La cuestión debe posarse más en la mirada que en el gesto mismo representado, preguntarnos por la intención de una fotografía que nos provoca al mismo familiaridad y extrañeza ¿Qué tiene de particular el movimiento de una casa? ¿Por qué mover un techo de paja constituye un acto no sólo digno de ser fotografiado sino además de ser transformado en un emblema turístico? ¿en qué momento los gestos pasan de ser anodinos a relevantes, invisibles a estandartes, o viceversa?

La curiosidad y la mirada son también aspectos circunscritos en la cultura de su época; en este caso la actividad ofrece al mismo tiempo una idea de ingenio, una categoría pintoresca, y una ruptura con la ensoñación de comienzos de siglo XX alrededor de una idea de progreso. La imagen era un gesto profundamente moderno, dentro de un espacio absolutamente marginado. O puede ser quizás, que la ambigüedad entre modernidad y tradición no debería ser el escenario donde tendría que interpretarse este tipo de imágenes.



Postal. “Cali: fuente de Santa Rosa”. 1907. Fotografía a Blanco y negro pigmentada. Biblioteca Luis Ángel Arango, Sala de libros raros y manuscritos

Un segundo aspecto se ofrece como escenario de duda y cuestionamiento: el sistema de signos que circunscribe la tarjeta postal. En esta imagen vemos a un grupo de transeúntes congregados por azar en una plaza. Algunos de ellos posan frente a la fotografía, otros en cambio siguen su camino sin notar la cámara. El foco se centra en el personaje central, un hombre ataviado con un traje elegante y con un sombrero de ala corta y estilo inglés, acompañado al costado por una mujer vestida de negro y quien también posa hieráticamente hacia el lente. La postal se encarga de ofrecernos algunas indicaciones: en rojo, la cartela se encarga de definir el lugar, dice: “Cali, fuente de Santa Rosa”. Al reverso de la postal, menciona al editor de la postal: “Francisco Menotti, Cali” y revela el recorrido que tuvo esta imagen antes de ser impresa, pues debajo de la firma dice: “Rotophot. Berlin, SW. 13”. Los signos continúan: La postal está emitida a Carolina Menotti en Gaggio Italia, y no es de extrañar que refiera a un familiar directo de Francisco Menotti, quien además de editar estas postales era un importante empresario caleño cuyas tiendas de importaciones de mercados europeos y americanos, ya tenían una segunda sucursal en Armenia. La fecha tanto del sello como del emisor es bastante clara: febrero 21 de 1907, lo que nos permite tener una precisión cronológica sobre la imagen, algo que es extremadamente complejo de detectar en el caso de la fotografía. Un signo acompaña a la postal: tanto en la firma del texto como en el sello del emisor, se registró el nombre de Ricardo Price G., empresario emblemático de Cali, conocido porque además de contribuir a la fundación de la Cámara de Comercio en 1910, tuvo el cargo de suplente de director en el Tranvía de Cali. Pero su labor más importante, de acuerdo al libro azul de J. Posada publicado en 1918, fue ser el representante en Cali de los negocios de la casa Menotti. Por lo tanto, una estrecha relación laboral lo unen a él con este apellido. Pero si quedan dudas, la frase que los une resulta tanto nostálgica como familiar: “Estimada amiga: acá le envío una tarjeta que le hará evocar recuerdos de la niñez”(Arroyo Reina, 2006, p. 189; Posada Callejas, 1918, p. 189; Vásquez Benitez, 2001, p. 73).

La información de la postal es un laberinto de signos que se ofrecen desde la interioridad del lugar mismo a diferentes capas de comunicación y fijación temporal. De adentro hacia afuera la fotografía, la cartela, la casa postal, la serie, el envío, el sello postal, el sello de recibido, la fecha del envío, el sentido del mensaje, el emisor y el receptor, constituyen un testimonio único sobre la comunicación, pues pocas veces tenemos tanta información codificada para rastrear los usos de la imagen. Aún el coleccionista, e incluso mi propia presencia como

investigador, constituyen un cosmos dialéctico de una imagen que se puede desplegar en múltiples mensajes. Pocos documentos pueden dilucidar tanto la historia tanto del testimonio como de la recepción, como lo que puede ofrecer una tarjeta postal.

Pero este desglose interpretativo de la imagen postal no pasa por una simple reconstrucción del contexto pues como casi siempre sucede, la investigación deductiva extermina la riqueza potencial de una fuente. La postal no es una imagen del progreso ni de la modernidad, ni del costumbrismo, sino un ensamblaje de múltiples elementos. Para el arqueólogo de las ruinas de la tarjeta postal, la dialéctica de la imagen se percibe como un aliciente consolador (Buckmorss, 1995). Porque cada elemento de la tarjeta postal además de revelar una clave histórica, constituye una redundancia. Cada signo resignifica en su uso el conjunto mismo al cual pertenece. Como una fuerza centrífuga, los signos no operan como $A + B$, o como A en remplazo de B , puesto que cada nuevo elemento transforma el conjunto en una nueva unidad. Cada elemento que se incorpora a la postal no es una adición, es la transformación sistemática de una imagen.

Existe un límite para la definición dialéctica de una imagen, para la comprensión en su propio devenir, tanto cronológico como espacial. La significación no es un prisma que proyecta, como dos espejos, una ilusión de reflejo Ad Infinitum. En algún punto la dialéctica de la imagen se detiene, su circulación retorna al punto donde todo empezó: el paisaje mismo. Detrás de una representación está en juego mismo la transformación y visualidad de aquello a lo que retrata, y que en el caso del paisaje, el lugar se consolida a través de su imagen. La fotografía proyecta un plano sobre la mirada, y con ello construye una imagen que aprende a ser reconocida. Así como el extranjero enseña a los locales a posar la mirada sobre aquello que hasta entonces, a fuerza de cotidianidad parecía invisible, la fotografía tiene la responsabilidad de transformar lo anodino en emblemático.

Alrededor de la teoría del paisaje teóricos como John Brinckerhoff Jackson mencionan radicalmente que el paisaje trasciende una noción visual, y que son únicamente las prácticas humanas sobre los territorios los que lo pueden definir (Brinckerhoff jackson, 2010). No

obstante, el discurso emblemático de una tarjeta postal implica que la imagen construye escenarios de lugar. Debe hacerlo, pues de alguna manera el propósito de la tarjeta postal, simple en teoría pero poderoso en la práctica, es lograr que todos los signos sean irrelevantes, aún el texto escrito, para que podamos identificar únicamente con la fotografía el lugar del cual se hace referencia.

Las razones por las cuales hasta 1910 la proporción de imágenes de retratos fotográficos fuera muchísimo mayor al número de fotografías de paisaje son varias: primero, el retrato fotográfico se pagaba, se deseaba tener una imagen ya sea de la familia o de los difuntos, y dinámicas como la colección de tarjetas de visita lo transformaban en un souvenir cotidiano. Por otra parte, la dificultad técnica de realizar fotografías por fuera de un estudio cerrado era un limitante considerable, pues la variabilidad de la luz y la distancia comprometían la precisión del fotógrafo. De tal manera que la tarjeta postal se convirtió en la forma en la que un nicho comercial de la fotografía, el paisaje, podía convertirse en una excusa temática. Pero a diferencia del retrato, donde el sujeto se acomodaba frente al lente y se sometía a la presencia de un fotógrafo que decidía sobre él su ubicación y sus gestos, la invención fotográfica del paisaje dependía de las similitudes que permitía el azar con lo ya visto. El fotógrafo debía aprender a buscar el sujeto, transformar por su propia cuenta elementos desprovistos de personalidad en identidad fotográfica. Es por ello que, como todas las imágenes, los antecedentes visuales, conscientes o inconscientes, constituyeron el principal acervo del fotógrafo que inclinaba su cámara hacia un espacio vacío y lo dotaba de contenido.



Cartagena. Vista de la Bahía. C.F.R.S. Postal No. 40, Ca. 1904, blanco y negro. Biblioteca Luis Ángel Arango, Sala de libros raros y manuscritos

Lo vemos con algunas postales referentes a Cartagena. En este caso, la casa C.F.R.S. Realizó una cartulina referente a la bahía. En un primer plano tenemos cuatro grandes embarcaciones inclinadas y con las velas recogidas, posiblemente fragatas, que dan la impresión de que se encuentran encalladas en la playa. Cerca de éstas, un pequeño bote se suspende en la mitad. Posiblemente de la misma dimensión de ese bote, tenemos detrás otros tres suspendidos más o menos al mismo nivel. Al fondo, al costado derecho, se puede ver una población y una zona montañosa que se difumina tanto en la profundidad como en la viñeta blanca de la fotografía. La fotografía ofrece una imagen familiar, una composición que se puede encontrar en otro tipo de imágenes, a pesar de que Cartagena, como ciudad colonial, estaba siendo en la época apenas redescubierta visualmente. ¿A qué clase de fotografías remite? ¿estamos viendo un sitio novedoso para la época, o sólo la reminiscencia de otros lugares ya representados?

Muchas de las fotografías realizadas en Europa a finales del siglo XIX, hacían parte del género pictórico conocido como “vedute”. El recorrido, siguiendo los pasos del célebre Grand Tour, establecía una continuidad como un viaje que se desarrollaba desde el norte de Alemania hasta el sur de Italia. En Italia, la mayoría de las fotografías albergadas fueron realizadas por Broghi y compradas posteriormente por la casa Alinari, una célebre casa que aún hoy es un importante archivo visual. Como era de esperar, también esas fotografías se convirtieron en célebres postales de la Italia de 1900 que se popularizaron en la época. En las vistas de las ciudades costeras, la composición, siguiendo las vedute realizadas en grabados en el settecento, seguía un referente similar a la fotografía cartagenera



Casa Brogi. Lugano. 1898. Fotografía a Blanco y Negro. Archivo KHI.

La ciudad, la costa, el mar – o el lago, tal es el caso de esta imagen de Como, en la frontera entre Suiza e Italia – y las montañas que se proyectan al fondo de la perspectiva, son algo más que una casualidad, y este tipo de composición puede encontrarse reiteradamente en las diversas vedute de las ciudades costeras de la casa Brogi. Su composición era al mismo tiempo una reminiscencia de las *vedute* grabadas que, igualmente, representaban un conjunto con una disposición espacial más o menos similar.

En la remembranza de otros paisajes se encuentra la intención de construir los nuevos espacios. Si a la imagen postal además preguntamos por sus referencias visuales, quizás el sendero se desglosa, como un cuento de Borges, en genealogías que parecieran no tener fin. Por ello resulta esencial mantenerse en la idea de que el paisaje fotográfico ensambla una forma novedosa. Más allá de los referentes pictóricos o los antecedentes fotográficos, la composición fotográfica de paisaje es producto de un encuentro, no de una recreación, y por lo tanto la puesta en escena exigió por parte del fotógrafo encontrar el ángulo en el que esa disposición pareciera familiar, por exótico que pudiera ser el lugar. El fotógrafo no experimenta, define, la sorpresa no se da en la interpretación sino en aquello que representa.

El fotógrafo impone una nueva manera de observar, aún si busca reproducir una misma imagen. El punto final de la tarjeta postal constituye al mismo tiempo su propio comienzo, el paisaje mismo. Permítanme con ello repetir la idea principal de este ensayo: La dialéctica de la imagen postal se resignifica en cada elemento que se incorpora a ella, para retornar al paisaje mismo que ésta representa y transformarlo en un emblema.

Nombré la figura del extranjero por varias razones. Desde un punto de vista histórico, la fotografía del paisaje americano se dio a través de expediciones y turistas que comenzaron a crear imágenes de espacios que por diversos motivos no habían sido representados con anterioridad. Por otra parte, el auge de las dinámicas diplomáticas en el país permitió que llegaran comisiones y curiosos foráneos que describían su encuentro con el país y alimentaban el universo editorial de la literatura de viajes, en intenso auge desde mediados del siglo XIX. Cientos de obras sobre viajes y lugares de Colombia fueron impresos en Latinoamérica, Europa y Estados Unidos. Igualmente, gran parte de las casas de fotografía fueron fundadas por europeos que se fueron radicando poco a poco en el país. Por eso no es de extrañar que las primeras décadas de la historia de la fotografía en Colombia estuviera representada por nombres como Henry Duperly, Otto Flohr, Juan Trucco, Armstrong Bennett, Vincenzo Paccini o Quintilio Gavassa. De la misma manera se dieron casos como el de Julio Racines, quien tuvo el prestigio de pertenecer a la Sociedad Belga de Fotografía, o el caso particular del Barón Gros, quien estando de comisión diplomática en su paso por Bogotá, el 27 de noviembre de 1842, realizó una de los primeros daguerrotipos de paisaje de la historia, 3 años después de patentado el proceso técnico por parte de Daguerre. Cualquier bogotano se conmueve al ver la imagen de la calle octava compartir el panteón visual del libro de Newhall sobre historia de la fotografía (Newhall, 1982). Pero el asunto del viajero va más allá de una cuestión histórica. El viajero nutre con su búsqueda insidiosa sobre el espacio ángulos susceptibles de transformarse en panoramas. Es la mirada foránea la que fija recuerdos sobre una perspectiva, la que decide sobre posteridad, memoria o remembranza, la que crea consciencia sobre la inconsciencia de que los lugares se deben preservar en una proyección visual. El sentido del viaje impacta directamente en la constitución del paisaje.

El viaje es un antecedente que incide en la fotografía, pero que se acelera y continúa viajando en la tarjeta postal. En la postal el proceso de desplazamiento de la imagen sigue transformando su resultado, como si no pudiera reposar hasta que se detenga en su último destinatario. La postal es en sí misma el viaje mismo. Su síntesis y su bitácora. Cuando comenzó la producción de la tarjeta postal en 1866, el aspecto polémico de la época era que el mensaje no tenía dónde esconderse; por lo tanto, se trataba de un texto público que no ofrecía demasiada intimidad. La protesta por la discreción fue rápidamente silenciada por la practicidad y lo barato del envío, además de convertirse en una manera de remitir un *souvenir* que además de exhibir afecto, podía ser fácilmente coleccionable. La dinámica del texto era diversa y oscilaba en todo tipo de mensajes: el texto podía hacer referencia directa a la imagen o ignorarla por completo. Podía tener un íntimo mensaje amoroso o una fría dedicatoria. Podía evocar nostalgia del lugar que fue o por el contrario hablar con desprecio de lo visto.



Barranquilla, posiblemente Calle del Banco. noviembre 13, 1903. Casa Flohr, Price & Co. Destino final Bordeaux.

Lo podemos ver en esta imagen. La postal salió desde Barranquilla y viajaría a Francia a través de Nueva York. En este caso la imagen se enriqueció por un caso político. Dice la cartela: “Todo se ha perdido menos el honor. Acaba de saberse que los EE.UU. han reconocido la independencia de Panamá. Van papeles importantes, una carta recomendada a París. No hay novedad. Agradezco que me envíes periódicos que traten este importante asunto. Alberto.” Pareciera que la postal era tan sólo una excusa para transmitir un mensaje cargado de inmediatez, pero inevitablemente actúa sobre la imagen proyectada. El mensaje

pintoresco de la postal adquiere el dramatismo del sentimiento de pérdida e inferioridad que produjo la pérdida de Panamá, en noviembre de 1903. La carroza, la calle, las grandes casonas, de repente simulan un paisaje inexistente, como si fueran un referente de aquello que se estaba perdiendo cuando se mencionó a Panamá. El sentimiento desolador del mensaje, cuya discreción lo hace aún más evidente, abandona a su autor a una angustia que no intenta disimular y por el contrario define el sentido del envío y la forma final del dramático texto.



Bogotá, Librería Colombiana. Calle Real. Fotografía coloreada. Fechada en 19/06/1909. Biblioteca Luis Ángel Arango, Sala de libros raros y manuscritos

A diferencia de las vistas o los panoramas, donde realizar la fotografía a una altura considerable era necesario para proyectar el horizonte lo más lejos posible, la gran mayoría de fotografía de las calles están realizadas a ras de piso o elevadas discretamente. En ocasiones, sobre todo en pueblos y ciudades pequeñas, al realizar la fotografía se pudo lograr que un grupo grande de transeúntes y propietarios pudieran mirar hacia el objetivo fotográfico. En otras, como era el caso de la Calle Real en Bogotá, la dinámica del lugar dificultó que la gente pudiera detenerse para registrar con nitidez el instante. Esto, que seguramente fue visto como una dificultad para el fotógrafo, es lo que hoy podemos agradecer como investigadores, pues dejó un registro cargado de memoria. Como vemos, los grupos civiles son radicalmente distintos: mientras las aceras se encuentran pobladas con grupos de hombres vestidos “a la inglesa”, en el centro personajes como el hombre de ruana montado sobre su burro, se convierten en el protagonista de la escena. Los balcones de las

casas son motivos arquitectónicos centrales en la composición, y al parecer son testimonio de que su valor simbólico de herencia colonial seguía siendo relevante aún a comienzos del siglo XX. Tradicional y moderno, familiar y distante, el mensaje escrito por el emisor de la postal tampoco traspasa esa frontera y se mantiene en la misma ambigüedad. Dice: “Querida madre, esta (postal) te muestra la calle de Bogotá, la capital de Colombia, donde estoy ahora. Tu amado hijo, Montie”. Un mensaje tan impersonal como cargado de clichés afectivos.

Alrededor de 1900, el universo de las fotografías de paisaje encontró en la tarjeta postal un medio en el cual la difusión y reconocimiento del espacio adquirió una dinámica popular nunca antes vista. El fenómeno de la tarjeta popular puede ser considerado la primera dinámica visual e industrial de la cultura popular, y como antesala del cine, la radio, la televisión o las revistas impresas, fue la plataforma para transformar las relaciones con la comunicación epistolar no sólo en aras de su economía sino también en la producción de un escenario cotidiano y familiar. Lo que comenzó en 1866 como una solución legal y administrativa, para principios del siglo XX era una revolución mediática. Las cifras globales permiten dar cuenta de su escala: En Alemania en el verano de 1900, el servicio de Correos dio curso a 20'808.313 postales, de las cuales el 45% pertenecían a turistas. Sólo de Berlín salieron diariamente más de 130.000 postales. En Francia, de ocho millones de postales enviadas en 1899, el número de tarjetas postales aumentó a 52 millones en 1900, y entre 1905 y 1906 ya se habían producido 600 millones de postales. En 1902, la Fototipia de los suizos Hauser y Menet, la primera editora de postales de España, aseguraba producir mensualmente medio millón de tarjetas. Entre junio de 1907 a junio de 1908 fueron enviadas más de 667 millones de tarjetas postales desde Estados Unidos, la mayoría de ellas con fotografías (Chéroux & Eskilden, 2007; López Hurtado, 2013; Warner Marien, 2002). Del mercado global de la tarjeta postal en la primera década del siglo XX, el 90 por ciento era dedicado a la fotografía.

Para analizar la riqueza de la tarjeta postal hay que interpretarla como imagen, como medio de comunicación y como escenario de intercambio de una cultura visual. Legitimar su lugar, no implica necesariamente reivindicarla en escenas plásticas o artísticas que quizás no se merece. La postal depende de su propia mundanidad: es estereotipada, trivial, superficial,

económica y no responde, a diferencia de otro tipo de coleccionismo, a un patrimonio de valor exclusivo. Pero es justamente allí donde radica su valor cultural, pues desarrolla al mismo tiempo los emblemas de los lugares, así como formas específicas de relacionarse con ellos. Se trata de imágenes que a fuerza de repetirse, de transformarse en clichés, componen una interpretación nueva del lugar, despojada de su propia artificialidad.

De acuerdo al diccionario Larousse, la palabra “cliché” fue una apropiación directa de la jerga técnica de la fotografía. Aunque con esa palabra se conocía al molde que se utiliza para la impresión sobre papel, el término se hizo popular para referir al negativo en el momento en que reproduce copias positivas en papel impreso, en la década de 1860 (Amossy, 2001). Si bien con la fotografía no nace el uso retórico de los “lugares comunes”, el hecho de que la palabra *cliché* surja en un contexto de la cultura de la copia (Schwartz, 2013) puede resultar más que una coincidencia. En los estudios del lenguaje, el uso del cliché ha puesto en evidencia un desprestigio similar al que tiene el estudio de la tarjeta postal (Franco & Olmos, 2001), y sin embargo es parte esencial y constante de las formas familiares del discurso textual. El cliché refiere a la repetición de una descripción conocida hacia algo, una expresión que produce una imagen reiterativa ya conocida y por lo tanto adquiere una forma casi banal. El cliché retorna a lugares popularmente conocidos en el lenguaje de forma cultural y por eso la reproducción de una expresión resulta familiar. Tener los ojos “azules como el cielo” o ser “libre como el viento” son formas retóricas que se reafirman en el cliché. Pero antes de juzgarlo por su ausencia de originalidad, como lo ha sugerido Ruth Amossy, el cliché tiene un impacto decisivo en la forma cómo una cultura se integra simbólicamente. Dice la lingüista: “El empleo de un efecto estilístico dirigido hacia el lugar común no conduce sólo a compartir una lengua: permite reconocerse y comunicar a través de un estilo”. El potencial del cliché en el lenguaje está en facilitar el flujo del texto, crear las representaciones visuales, favorecer la identificación y dar verosimilitud al argumento. Pero el potencial del cliché como poderoso instrumento de “familiaridad”, solo se da en la repetición constante de su uso. “un cliché no dispone su función fáctica aisladamente: es la multiplicidad de clichés dispuestos a lo largo de un texto que contribuyen a crear y mantener la impresión de convivencia, de ver la comunión en un mismo lenguaje” (Amossy, 1989).

El cliché es considerado el gran enemigo de la escritura, como lo es también de las artes visuales. Pero elevado al estatus de forma retórica, es también un objeto de reflexión que permite centrar la esencia de la creatividad. En sus estudios sobre el cine, así como en su análisis sobre la pintura, Gilles Deleuze encontraba en el cliché la fuerza creadora de la repetición. Cuando el artista pintor enfrenta el lienzo, decía el filósofo: “el lienzo está lleno apenas se comienza; es un cliché, posee un cliché, o numerosos clichés. El lienzo se encuentra ya lleno de clichés”(Deleuze, 2007). Por ello el cliché termina siendo para el arte como una especie de enemigo íntimo el cual se aborrece, pero al mismo tiempo se está conminado a convivir constantemente. Solo a través de su puesta en evidencia se puede escapar de él mismo, y la única manera posible de desentramarlo y de producir una fuga es a través de la repetición. Al respecto menciona Žižek: “lejos de oponerse a la aparición de lo nuevo, la propia paradoja Deleuziana es que algo verdaderamente nuevo sólo puede aparecer en la repetición”(Žižek, 2004, p. 29).

Ante la cultura de masas, la reflexión del cliché no gira alrededor de la creación de un artista. Oscila sobre la cultura misma. Si hay un escenario en el cual las imágenes hicieron del cliché el escenario por excelencia fue la fotografía de la tarjeta postal. Gracias a la repetición constante de lugares emblemáticos y formatos de “veduta”, de la replicación de gestos y estandarización de los lugares, de hacer una presencia cada vez más enmascarada del lugar, es que se terminó por desenmascararlo. Por ello es que el cliché de la imagen de 1900 puede asociarse directamente a la estética del kitsch de tiempos posteriores. Pueden verse dos consecuencias en esa tensión: la primera, es la referencia directa a un romanticismo puesto en evidencia, que a fuerza de intentar ejecuciones románticas pasó a ser “romantizante”, empalagante, un pastiche. Un ejemplo era el de las escenas de las calles, en las cuales el registro deja de narrar una anécdota singular o de construir personajes alrededor de las escenas narradas (como sucedía con los cuadros de costumbres de la Comisión Corográfica) y en cambio desnuda la perspectiva y produce de calles y edificios un panorama casi etnográfico, como efectivamente llegaron a ser algunas de las postales. En otro caso, aunque reprodujera las temáticas que en pintura u otro género tenían una relación romántica, la frialdad documental de la cámara fotográfica, aunque la imagen se pintara o se adornara con esquelas o marcos sombreados, sólo hacía de la fotografía un registro mucho más cliché.



Barranquilla, Danza en días de Carnaval. Flohr, Price & Co. Ca. 1904. Blanco y Negro, cartulina postal. Biblioteca Luis Ángel Arango, Sala de Libros raros y manuscritos.

No es solo por la falta de gente sonriendo (la sonrisa en fotografía aparecería sólo hacia mediados de los años 20)(Fabry, 2016) que la fotografía de esta postal resulta más un documento frío que la transmisión de un recuerdo de días festivos en el trópico. El carácter forzado y rígido de la pose incluso de los niños que están a los costados o del hombre que se encuentra en el centro, no pueden evitar que a pesar de la intención de “decorar” la foto parezca más un ritual que una celebración. Eso que en la imagen pintada podía parecer romántico, alegórico o simbólico, en la fotografía de la postal luce crudo y directo, como si de repente la ensoñación que producía la imagen pintada resultara desnuda. La ilusión de fiesta se traduce en gestos y cuerpos hieráticos, como inertes. Sin artilugios románticos, la escena pierde la capacidad de ensoñación que podría evocar la fotografía de los referentes visuales que comenzaban a viajar por el mundo a través de las postales. Por eso su imagen recuerda más al registro etnográfico que a la ilusión de una temporada de fiesta.

Pero no es sólo en la imagen donde la misma escena adquiriría una transformación, sino también en los otros espacios donde se posa el cliché de la postal: en la colección, el desplazamiento o el mensaje escrito. Las postales construyen una serie de referencias simbólicas sobre uno y otro lugar y el lenguaje planteado, aunque siempre subjetivo y dependiente de cada remitente, partía casi siempre de la misma encrucijada: el mensaje impersonal de una carta que se ofrece siempre abierta. Esos clichés, lugares comunes que comprometen el lugar creativo del artista, eran igualmente el lugar de producción de la tarjeta

postal. No es gratuito que Jacques Derrida encontrara en estas el motivo para la reflexión de un mensaje que, a fuerza de reproducir lugares comunes, pasara a convertirse en ningún lugar (Derrida, 2001). Hay una multiplicidad de mensajes que pueden referirse en la tarjeta postal: desde íntimas referencias familiares a comunes saludos cordiales (clichés una vez más). Incluso la tarjeta que no fue utilizada es también dicente, pues coleccionar postales resultó como una consecuencia (o una patología) a la dinámica misma de esta imagen popular.

A pesar de ser Colombia en el siglo XX un gobierno centralista, las regiones gozaron siempre de autonomía tanto política como de identidad local, lo que se reflejó igualmente en la autonomía cultural. En Cartagena, al fotógrafo Juan Trucco así como a los hermanos Jaspe, se les debe un gran número de las primeras imágenes de la ciudad (Heraldo y Serrano). Para buena parte de los proyectos postales que se dieron a comienzos del siglo XX fueron tomadas directamente sus fotografías como modelos. La imagen del Pie del Cerro, realizada en 1890, registró la ciénaga, la vivienda y los caceríos apenas asentados. Para mediados del siglo XX, el Editor J.V. Mogollón tomó parte de estas imágenes para el desarrollo de una serie postal. Sin embargo, carente de la magia romántica de una vista pintada, la interpretación fotográfica debía adquirir elementos para que tuvieran una mayor presencia simbólica.



1890, Panorámica de la Isla de Manga, Cartagena. Juan Trucco (atribuída erróneamente a Generoso Jaspe) Biblioteca de la Universidad Tecnológica del Bolívar, Cartagena, Fotografía B/N.



1908, Pie del Cerro, Cartagena. Juan Trucco. Editada por J.V. Mogollón. Tarjeta postal coloreada.

La imagen desarrolló toda una recomposición de la imagen original. La tonalidad fue variando de acuerdo a la distancia planteada. El cielo aparece con un tono azulado y gradual, a la vez que se esbozaron sutiles nubes en los costados. El lago adquirió una tonalidad azul. Las plantas adquieren detalladas formas de acuerdo a diferentes follajes, con diversas tonalidades de verde. Pero aunque el color no fue el recurso más evidente. El reflejo de las dunas aparece en las orillas del lago, pero lo más importante, la perspectiva, y con ello el punto de fuga determinante en la fotografía de 1900, desaparece para ajustar de un modo equilibrado de nuevo el horizonte, como sucedía con las vistas pintadas. El nombre cambia y se dispone en versión bilingüe, como hemos visto que sucede con frecuencia en las adaptaciones de las postales. Como un detalle particular podemos ver que es de las pocas postales donde además podemos ver el nombre del fotógrafo. Esa presencia embadurnada y colorida del lugar, que hoy podemos interpretar casi como kitsch, fue uno de esos intentos de la imagen fotográfica por devenir pictórica en el medio de la postal. No es gratuito que, por ejemplo, los surrealistas hayan sido grandes coleccionistas de este medio.

La reivindicación de los elementos pictóricos en aras de producir una dimensión emblemática a la fotografía creaba involuntariamente un efecto distinto, produce un emblema irreal, casi ilusorio, que se desprendía de su carácter documental. La reproducción de estas imágenes, su uso cotidiano, su manipulación y sobre todo su dislocación, producen en ellas un nuevo

efecto, la construcción de un símbolo. Poco a poco, la realidad que interpreta la fotografía puede llegar a ser o no relevante. Lo importante es que como referencia, adquiriera un símbolo que lo identificara: una calle, un templo, una plaza, una montaña. Una vez ese símbolo sea establecido, debe repetirse constantemente hasta que uno y otro, símbolo y lugar, sean una sola cosa e incluso que el símbolo sustituyera el lugar mismo. Ese nuevo símbolo es el que cierra y concluye la unidad que produce el choque con las formas de entender un espacio. Ese símbolo, hijo de la fotografía pero autónomo en sus características, se transforma en un synecdoche, un extracto que refiere al todo. Un emblema que lejos de evocar a la memoria, produce un nuevo lugar, un recuerdo quizás de lo no vivido o lo no existente.

Conclusiones

Comencé este ensayo mencionando una paradoja, pero sutilmente he referido a varias. La más compleja quizás es situar estas imágenes en su propia dinámica, por fuera de nuestras habituales zanjas cronológicas, aunque es sabido que algunos interpretan estos eventos como consecuencia de la Regeneración. De allí que sea importante entender la tensión entre modernidad y tradición como una relación dialéctica y compleja, constantemente en movimiento, integradas y no en oposición. Por último, he sugerido reflexionar el intercambio afectivo de la tarjeta postal entre familiaridad y extrañamiento. Esto no es exclusivo de la tarjeta postal, es inherente a la historia de la fotografía, pero el intercambio epistolar nos permite entenderla de cerca. La ilusión de proximidad en una escena geográficamente distante, y al mismo tiempo la configuración de un espacio como un universo paralelo, nos permite comprenderlos en un sentido temporal y transitorio, una ficción a blanco y negro en la que los lugares se ofrecen como espectáculo.

Quizás lo más sugestivo que ofrece el desarrollo de la postal fotográfica alrededor de 1900 es que a fuerza de repetición, la operación de cliché logró que el emblema pasara de posarse en la copia de la imagen, a ser el lugar mismo. De la copia de un lugar, a transformar el lugar

en el emblema de la copia. Quizás en las postales de 1900 se encuentre la arqueología del viaje contemporáneo.

Archivos:

Biblioteca Luis Ángel Arango, sala de libros raros y manuscritos

Phototek del Kunsthistorisches Institut en Florencia, Italia.

Bibliografía:

Amossy, R. (1989). La notion de stéréotype dans la réflexion contemporaine. *Littérature*, (73), 29–46.

Amossy, R. (2001). D'une culture à l'autre: réflexions sur la transposition des clichés et des stéréotypes. *Palimpsestes*, (13), 9–27.

Arroyo Reina, J. H. (2006). *Historia de las prácticas empresariales en el Valle del Cauca*. Cali: Universidad del Valle.

Brinckerhoff Jackson, J. (2010). *Descubriendo el paisaje autóctono*. Madrid: Biblioteca Nueva.

Buck-morss, S. (1995). *Dialéctica de la mirada*. Madrid: Visor dis.

Chéroux, C., & Eskilden, U. (2007). *La photographie timbrée: l'inventive visual de la carte postale photographique*. Göttingen: Steidl/Jeu du Paume.

Deleuze, G. (2007). *Pintura: el concepto de diagrama*. Buenos Aires: Cactus.

Derrida, J. (2001). *La tarjeta postal, de Sócrates a Freud y más allá*. México: Siglo XXI.

Fabry, M. (2016). Why do people always look so serious in old photos. *Time Magazine*.

Franco, M., & Olmos, M. (2001). No Title. *Pandora: Revue d'études Hispaniques*, (1), 11–28.

López Hurtado, M. (2013). *La tarjeta postal como documento. Estudio de usuarios y*

propuesta de un modelo analítico. aplicación a la colección de postales del Ateneo de Madrid. Universidad Complutense de Madrid.

Newhall, B. (1982). *The history of photography.* New York: Museum of Modern Art.

Posada Callejas, J. (1918). *Libro azul de Colombia. Bosquejos biográficos de los personajes más eminentes. Artículos especiales sobre comercio, agricultura y riqueza mineral, basados en estadísticas oficiales.* New York: The J.J. Little & Ives Company.

Schwartz, H. (2013). *The Culture of the Copy: Striking likeness, unreasonable facsimiles.* New York: Zone books.

Vásquez Benitez, E. (2001). *Historia de Cali en el siglo 20(Sociedad, economía, cultura y espacio).* Cali: Pacífico Abella.

Warner Marien, M. (2002). *Photography, a cultural history.* London: Lawrence King.

Zizek, S. (2004). *Órganos sin cuerpos.* Valencia: Pre-textos.