

## ***LAS RELACIONES SOCIALES CON POSTALES EN CHILE. ENTRE EL ROMANTICISMO Y LA COMERCIALIZACIÓN***

### **Resumen:**

El objetivo de este artículo es develar como las postales fotográficas en Chile formaron parte de un transmitir vivencias, saludos, deseos, de un compartir y relacionarse socialmente creando el imaginario de un país por modernizar. Mediante un análisis icónico de lectura objetable de la imagen y una lectura iconográfica de las imágenes. Este artículo forma parte de mi tesis de Magister en ciencias de la comunicación, en ella se realiza análisis icónico e iconográfico a 23 fotografías mapuche. Lo cual permitió dar cuenta que las postales son parte de un comercio oculto que se devela en la puesta en escena y como cada imagen tiene un significado de venta, dado que, al leer una imagen tendemos a creer en la objetividad de lo que nos es mostrado. La venta de las postales fotográficas significo un aumento de su producción, por lo que podemos indicar que su comercialización formó parte de las industrias culturales.

Palabras claves: postales, fotografías, comercialización, iconografía, icónico.

### **Abstract:**

**The most important think of this article is to show photography postcards how they were in to transmit experiences, greetings, wishes, to share and to be related sociality, creating an imaginary of the country to be modem. Throw an analyse iconic and iconography of the imagens. This article is part of my Magister thesis of the communication, in that were 23 mapuche photography's. That permitted to show that postcard's, are part of the invisible business, and how each imagen has a sales meaning. The postcard's sales meant an production increase, and we can say their commercialization was part of cultural industries.**

## INTRODUCCION

En este artículo se presenta como la imagen fotográfica representada por postales, crean un imaginario de un Chile alegre y próspero, que se convierte en una mercancía el cual vende a través del sentir de las personas.

En Chile hemos tenido una industria de la comercialización de la imagen que mostraba al mundo y en forma especial a Europa, un Chile con grandes posibilidades de desarrollo, modernización, el presentarnos como un lugar emergente y con grandes características de estar a la espera de ser conquistado, evocando al sentir romántico y deseado de las imágenes. Las postales fotográficas forman parte de la creación de un imaginario de territorio chileno que se muestra al mundo como un lugar feliz donde se puede vivir, venir a visitar y conquistar. Mediante el recorrido histórico descriptivo de las postales fotográficas en Chile y como se ha ido desarrollando la industria cultural de la imagen. Considerando las formas de lectura del signo de Umberto Eco, quien indica que una imagen se sitúa en el plano de la expresión y un plano del contenido y la semiótica permite que ambos planos interactúen. Todo esto Azócar (2005) lo moldea en su modelo de análisis en tres niveles; un primer nivel que es el contextual; al realizar un análisis visual debemos examinar ambiente particular del cual forma parte el texto icónico, el texto escrito es considerado en este nivel ya sean las fechas, antecedentes del autor, medios de circulación, procedencia de la imagen. El segundo nivel que Azócar indica es el icónico dando cuenta de las denotaciones de la imagen, podemos indagar en los elementos morfológicos, es decir en la composición y retórica de la imagen, incluye las personas, artefactos, intensidad, concentración, toda forma de texto escrito, el movimiento facial y miradas de alto nivel expresivo. El tercer nivel de análisis es el iconográfico, nos permitirá interpretar el mensaje contenido en la imagen, es decir, su significación simbólica. Para Barthes (1986) una imagen nunca se encuentra en estado puro o literal o denotativo puro, sino que la connotación no es mostrada no es observable directamente y tampoco es igual para todas las personas, en esto Umberto Eco (1986:83) señala que la denotación es la referencia inmediata que un término provoca en el desarrollo del mensaje en una cultura determinada. Continúa Barthes (1986), la connotación es la imposición de un segundo sentido al mensaje fotográfico propiamente dicho se elabora a lo largo de los diferentes niveles de producción de la fotografía, replica Umberto Eco (1986:88) la connotación es la suma de todas las unidades culturales que el significante puede evocar e institucionalmente es la suma de todas las unidades culturales que el significante puede evocar institucionalmente en la mente del destinatario.

Con esto se puede considerar un aporte al análisis crítico de la imagen de cualquier icono, que toda imagen tiene una intencionalidad y entablar el debate de como desde el pasado y hoy en día el ser humano necesita mostrar imágenes para dar a conocer sus sentimientos, sus aspiraciones, sus gustos y así elevar los niveles de reflexión ante cualquier producción que se nos presente como imágenes, que estén en nuestro entorno cultural y provoquen un efecto sentimental en nuestras conciencias, lo cual las industrias culturales toman y consideran un elemento para producción de mayores cantidades para la mercantilización de ellos.

### **Un recorrido por la carta postal, tarjeta postal y la fotografía**

La comunicación por medio de documentos escritos data desde la invención de la escritura. Sin embargo, el desarrollo del sistema postal surgió mucho más tarde.

El origen de la Carta Tarjeta y la Tarjeta Postal ilustrada se remontan a los primeros siglos del desarrollo del humanismo, momento en que se dio al hombre un mayor protagonismo, en los que el deseo de comunicar posibilita que circulen por Europa ideas, imágenes o afectos, estableciendo vínculos entre sus exponentes. Sin embargo, entre las tradiciones consideradas como antecedente del humanismo aparece el ars dictaminis, donde la teoría y la práctica de escribir cartas ocupaban un lugar importante en la educación de la época de la Italia medieval. Según León (2007:19).podría establecer que ya en el siglo X, en el Lejano Oriente, existía este tipo de comunicación, y se transmitían en tarjetas ilustradas, saludos y deseos.

Podríamos decir que la carta postal fue la antecesora de la Tarjeta Postal la que León (2007:19) le denomina *tarjeta primitiva*, sin embargo, la carta postal no perdió vigencia, fue ocupada para la comunicación en el ámbito comercial y privado.

En relación con la carta postal, Oreste Path (1963: 28 y 29) cita un curioso alcance del “Almanch de la Petite Poste de París”, de 1777, es decir en pleno siglo XVIII.

*En la actualidad se remiten vía postal, ya por pura galantería, ya con objeto de felicitar, grabados estampados en forma de cartas, regularmente acompañado de comunicaciones y que se transmiten abiertas y visibles a todos. Mucho ha dado esta novedad, invención debida al grabador Desmaison. Algunos sostienen que así se fomenta la murmuración del servicio doméstico, que de esta manera puede inmiscuirse en las interioridades de todo el mundo.*

De la Carta tarjeta postal, pasamos a la Tarjeta Postal ilustrada que se dice se inicia por los hoteleros Suizos quienes imprimían imágenes de sus establecimientos en las tarjetas, en un comienzo estaba destinada para la correspondencia de los pasajeros, según León (2007:20), pero después genera una forma de mostrar y atraer a sus clientes. Por otro lado según Rojas (2006:149) la tarjeta postal se origina en Austria a fines del siglo XIX, indicando que existen dos tipos; las delineadas, que se emparentan con el dibujo, y las fotográficas. A menudo llevan una leyenda que forma parte de la imagen.

La postal tomo impulso en Alemania con una ley promulgada en 1865 según Freund (1974), cuando el Ministerio de correos propuso la utilización de postales oficiales. En Chile

según Leon (2007), se inicia el uso y la correspondencia de las postales fotográficas el 1° de octubre de 1869.

Podríamos decir que la tarjeta postal fue describiendo a través del tiempo las vivencias históricas de los pueblos. En un comienzo fue la guerra, se comenzaron a ilustrar personajes de la política y agregar algunas expresiones belicistas. Después fue el deseo de mostrar lugares y paisajes, surgiendo la postal turística, con imágenes provenientes de algún proceso fotográfico.

Se podría decir, según lo indica León (2007), que la postal recogió y reflejó el cambio en la mentalidad de esa época, siendo una viva expresión de lo que el hombre experimentó en su entorno: allí se encontraban sus preferencias, costumbres, inquietudes, visiones y sentimientos. A partir de esto, la postal comenzó a traducir la manera de ver la realidad, reflejando la autocomplacencia que se vino a expresar con la Belle Époque, fue entre 1880 y 1914, donde Europa vivió un estado de Paz, en el cual escasearon los conflictos, guerras y revoluciones, aunque se hablara de ello. Sin una convicción profunda, se pensaba que el reino de la razón se había instalado en el mundo. Este espíritu hermoso y breve, donde reinó victoriosa la frivolidad, tuvo su capital espiritual en París, que era también el corazón del mundo.

La constante superación de las técnicas de impresión trajo consigo una real búsqueda de la perfección. Así, hacia 1925 la tarjeta postal alcanzó *su era dorada* indica León (2007:23), la que estuvo íntimamente relacionada con la fiebre del coleccionismo. Esta hermosa manía de coleccionar se fue convirtiendo en un rito y los coleccionistas comenzaron a especializarse, centrándose en buscar temas específicos: tranvías, buques, temas militares, etc.

En sus comienzos el precio de la postal era elevado, sin embargo, y gracias al producto de acopio tecnológico que derivó en la invención de la fotocología<sup>1</sup> (subdividida como heliotipia, fotolitografía, y fototipia), la tarjeta postal llegó a ser automáticamente popular y con un costo al alcance de todos, permitiendo así su amplia difusión hacia 1895. Al respecto Freund (2001) señala; *la industrialización de la tarjeta postal deriva directamente de la técnica fotográfica. Esto tiene relación directa con la especialización de las técnicas fotográficas, a medida que aumenta la circulación de las tarjetas postales, las fotografías fueron más especializadas y sus tecnologías utilizadas más económicas y eficaces.* Podemos aquí añadir que así funciona el mercado en la oferta y la demanda, a mayor consumo mayor producción y además menor precio del producto. Se podría afirmar que las postales se alojan en el marco de las Industrias Culturales, que según Adorno y Horkheimer (1944-1947), señalan que; toda producción cultural es entendida como un proceso industrial que provoca homogeneización y producción en serie. Dado a que las postales se comienzan a vender en grandes cantidades adaptándose a los requerimientos de las masas.

En Chile, comienzan a ser afanosamente buscadas las tarjetas de Valparaíso con imágenes anteriores al terremoto de 1967 , Santiago antiguo, Iquique, las Oficinas Salitreras o las que representan las etnias fueguinas y mapuche. El total de tarjetas impresas fue 126.000

---

<sup>1</sup> Es una técnica fotográfica, que utiliza que utiliza en las reproducciones fotográficas como técnica la gelatina

ejemplares entre los años 1871 y 1872 y se conocen veinte variedades provenientes de diversas clases de papel empleados, León (2007:51).

La carta tarjeta postal en Chile aparece durante la administración de Federico Errázuriz Zañartu a finales de 1871 León (2007:51). Chile se transforma en una verdadera sorpresa para el resto del continente americano, por la incorporación de las cartas tarjetas a sus servicios de correos. La encargada fue la imprenta de los señores Cox y Taylor, que confeccionaron seis mil cartas provisionalmente sin franqueo, a fin de no retardar este invento reciente y de gran éxito en Europa.

Así lo reprodujo el diario *El Mercurio de Valparaíso* el día 21 de diciembre de 1871:

*Las Cartas Tarjetas introducidas hace poco tiempo en Europa con general aceptación, especialmente en los grandes centros comerciales de Inglaterra y Alemania, principiarán a expendirse en las administraciones de correos de Santiago y Valparaíso, desde el día 24 del actual fin de que el comercio y el público en general pueda hacer uso de ellas.*

*Grandes ventajas reportarán al país con la industrialización de las cartas tarjetas para la correspondencia de corta estación que no tenga ningún carácter reservado, porque solo costará cada una de ellas con su respectiva estampa de franqueo, dos centavos, en lugar de cinco que importa la carta más sencilla.*

*En el averso de la carta tarjeta sólo podrá ponerse el nombre de la persona a quien va dirigida y el lugar de su residencia, lo mismo que en el sobre de una carta cualquiera y el reverso servirá para escribir el mensaje que se quiera dirigir.*

*Las cartas-tarjetas gozarán los mismos privilegios que la correspondencia particular para circular libremente por todo el territorio de la república, siempre que entren en las oficinas de correos previamente franqueadas, con estampas de dos centavos; de lo contrario, serán multadas con el doble de conformidad a las prescripciones de la ordenanza jeneral de correos.*

Dirección Jeneral de Correos, diciembre 21 de 1871 <sup>2</sup>, citado en León, (2007:52)

Esta Carta Tarjeta, de Chile tenía un formato de 11, 5 x 8.2 cms.10 . Consistía en un marco formado por una línea ondulada, una sucesión de pequeños rombos con un punto al medio, y una línea directa, dentro del marco con las palabras: Carta Tarjeta. Más abajo llevaba un bigote litográfico y enseguida: Sr.D. o Sra. Doña León (2007:53).

Desde finales del siglo XIX hubo un segmento de la sociedad en Chile que estaba en su Belle Époque, los cuales pudieron disponer de nuevas fuentes de riquezas que les permitieron viajar, especialmente en tren, para transportar imágenes, ideas y recuerdos. La carta postal les permitió testimoniar sobre los lugares que ellos visitaban León (2007:56). Así lo ratifica Freund (1974) diciendo que; “*El envío de una postal, en la que representa la vista de un paisaje donde uno está, corresponde a una afirmación de las propias posibilidades de poder viajar y, por lo tanto, un símbolo de estatus social*”. Lo que aclara que no todas las personas tenían la posibilidad de comprar una carta postal, sobre todo en sus primeras ediciones, era posible su adquisición solo para las personas con mejores condiciones económicas, que tenían la posibilidad de viajar.

---

<sup>2</sup> Diario “El Mercurio” de Valparaíso, 22 de diciembre de 1871, Edición N°13.373

En Chile, comenzaron los flujos migratorios una vez finalizada la Guerra del Pacífico (1879 a 1883), o guerra del Huano, cuando se disfruta de las utilidades del salitre. Las miradas son hacia el norte en los nuevos territorios mineros, hacia el sur con los terrenos agrícolas incorporados en la Araucanía. Las principales ciudades en las que se asentaron los colonos, en su mayoría alemanes llegaron a Valparaíso, desde 1851, Valdivia y Llanquihue, por el sur de Chile.

Fue en Valparaíso donde se asentaron Carlos Brandt y Carlos Kirsinger<sup>3</sup>, quienes eran editores y comerciantes, de origen alemán que abrieron masivamente el mercado postal en Chile, los cuales tenían casas de ventas hacia el sur; Santiago, Concepción, Valdivia y Osorno. Se podría decir que los editores no asumían una condición de fotógrafos, sino se abastecían de muchos fotógrafos desconocidos, a los que probablemente instruían, en la temática de asociación de imagen y lenguaje.

Entre los temas solicitados por los editores fue el mapuche. Los editores mostraron una inquietud por desarrollar una extensa serie con representaciones de la etnia mapuche, lo que se podría decir formo parte de una apertura al pueblo nativo, cuyos territorios habían sido incorporados al Estado chileno. Masotta (2000:10) indica *es posible caracterizar el proceso de la fotografía comercial de indios, entre el 1900 y 1940 aproximadamente, como el pasaje del robo del alma a su venta.*

Que las tarjetas postales hayan sido un medio de comunicación masiva no solo se debe a la calidad de las imágenes mostradas, sino también, como señala Freund (1974); *el éxito de una tarjeta postal se basa también en el recuerdo que se desea perpetuar, el sueño que se puede adquirir a buen precio, el voyeurismo<sup>4</sup> y todos los seudónimos y, finalmente, en la pereza, dado que una postal se escribe antes de una carta.*

La tarjeta postal alcanzó su máximo desarrollo en Chile en 1912, año en que distintos puntos del país fueron enviados al exterior, fundamentalmente a Europa 404.521 postales chilenas, mientras que 374.296 fueron despachados a destinos nacionales<sup>5</sup>. *Lo ratifica Azócar (2012:274) solo en 1912 fueron enviadas al exterior cerca de medio millón de tarjetas postales, mientras que un número ligeramente inferior circuló en nuestro país.*

Para analizar una tarjeta postal deben tomarse en cuenta determinados elementos, Rojas (2006:149), indica que la tarjeta postal se compra y se envía, lo que condiciona la concepción misma del objeto, debe atraer y ser de una comprensión inmediata. La elección es importante, porque el destinatario es específico y el momento en que se envía también. Su franqueo tiene una función: saluda, un bautizo, un cumpleaños, manda recuerdos de viajes,

---

<sup>3</sup> Editores que abrieron sucursales en Santiago y Concepción, junto a Jacobo Burmeister, quien mantuvo centralizadas en Valparaíso sus operaciones comerciales, ordenaron una minuciosa pauta temática a diversos fotógrafos locales, viajeros o de provincias para captar diversos aspectos del país que entraba al nuevo siglo y se preparaba para celebrar el primer centenario de su independencia. Durante los primeros años, el resultado fue la obtención de cientos de imágenes que hoy sorprenden por su calidad y por haberse hecho portadoras de “un contenido documental y testimonial de la época”. Sin embargo, hoy se puede establecer quienes fueron los editores, pero no así quienes los fotógrafos. (León, página 243).

<sup>4</sup> Según Gisèle Freund se refiere a la condición de correspondencia abierta de una postal.

<sup>5</sup> Anuario Estadístico de la República de Chile. Vol. III Política y administración. Oficina central de estadísticas de Santiago, 1922 p.25.

etc. El destinatario forma parte del mensaje. No se le envía la misma postal a la abuela para su cumpleaños que a una amante. Así pues, comunica sentimientos.

Según León (2007:67) quienes impulsaron la fotografía en Chile fueron los colonos Alemanes<sup>6</sup> quienes se establecieron en las provincias australes<sup>7</sup> y en La Frontera, adquirieron nacionalidad chilena, incorporándose al desarrollo económico del país, identificándose plenamente con su nueva patria.

Se le denomina fotografía etnográfica a las imágenes de grupos de indígenas, como indica Alvarado (2004), y ha permitido la consolidación de diferentes imaginarios de variados pueblos y culturas. Para que esto ocurra depende de los elementos de producción de la imagen fotográfica, de su circulación y sobre todo de su consumo.

Para Masotta, (2007:12) las postales de indios se inscriben en el universo mayor de las postales etnográficas. Las cuales se dedicaron especialmente a la descripción de sujetos según su pertenencia cultural. En este rubro fueron muy divulgadas las postales coloniales con las que los países imperiales mostraban a los habitantes de sus colonias en África o Asia, y también las regionales que ilustraban tipos y costumbres de la Europa rural. En realidad, lo que la postal hizo al respecto fue popularizar un sistema de clasificación cultural que provenía de una antigua tradición en el Iluminismo conocido también como el siglo de las luces, que se caracterizó por el uso de la razón y que consistía en organizar las diferencias culturales según la apariencia visual del cuerpo y la vestimenta característica.

La imagen del mundo mapuche llegó a formar parte de estas representaciones, como la de un imponente Lonko y encantadoras mujeres con sus indumentarias y vestimentas. Según Masotta, (2007) se hace frecuente encontrar en la postal mapuche los mismos personajes posando en serie, muchas veces en el mismo escenario, tanto para los retratos de estudios, como para las escenas étnicas. Los personajes fotografiados indica Masotta (2007), supuestamente, visten ropas tradicionales y están acompañados de varios elementos que certificarían su pertenencia étnica. De esta manera, el estudio del fotógrafo o una reducida superficie de algún patio sureño, se transforman en un ambiente modelado externamente para recrear una realidad étnica en un espacio totalmente ficticio.

La circulación masiva de las tarjetas postales de mapuche estaba determinada por el consumo de parte de los individuos en diferentes momentos históricos. Está relacionado con múltiples factores, pero destaca como elemento común la tarjeta postal mapuche como la imagen del recuerdo, indica Alvarado (2004), así eran los mapuches en tiempos pasados. Hoy en día han llegado a constituirse en los billetes sentimentales de la civilización Alvarado, (2004) o lo que podríamos llamar un capital impreso, un bien de consumo en lo visual que

---

<sup>6</sup> Se podría estimar que hacia 1900 había en Chile entre 15.000 y 20.000 personas de habla Alemana y de ellos una gran cantidad permaneció en Chile, en particular comerciantes y profesores que se radicaron en Santiago y Valparaíso.

<sup>7</sup> La inmigración Alemana tuvo lugar en el siglo XIX, por parte de inmigrantes alemanes y austrohúngaros que se establecieron como colonos. Gracias a la "Ley de inmigración selectiva" promulgada en 1845, más de 6.000 familias provenientes de Alemania y del Imperio Austrohúngaro se instalaron en Chile los provenientes de Alemania se asentaron en la zona de Valdivia y Osorno, mientras que los austrohúngaros se asentaron en Llanquihue, sur del país (totalizando 30.000 entre alemanes y austrohúngaros). De acuerdo al censo 2002, la población de inmigrantes alemanes en ese momento era de 5.906 personas.

[http://es.wikipedia.org/wiki/inmigrac%C3%B3n\\_Alemania\\_en\\_Chile](http://es.wikipedia.org/wiki/inmigrac%C3%B3n_Alemania_en_Chile)

circula para reafirmar el imaginario que la sociedad mayoritaria tiene del mundo y la cultura mapuche.

Las imágenes de mapuche son consumidas más como mercancías que como representaciones, es decir, no es solo la objetualización<sup>8</sup> del sujeto fotografiado (el mapuche), sino también la fotografía se ha transformado en objeto de consumo.

Se podría decir que las postales étnicas formaron parte del consumo de imágenes de los siglos XIX y XX, las que circularon masivamente y en serie por nuestro continente y por Europa. Estas fueron portadoras de información de los indígenas de nuestro continente y además influyeron en la construcción del estereotipo, tanto del indio que era fotografiado como del blanco que consumía la imagen. Azócar, (2008) señala que; “Las fotografías impresas como tarjetas postales son un elemento importante del discurso histórico, ya que, ellas ponen en circulación interpretaciones de la realidad a partir de las cuales se intenta construir la imagen de un Chile entrando a la modernidad a principios del siglo XX”.

La fotografía según Gubern (1987:49) nace en la misma época del socialismo (1834), se trata de una coherencia ideológica para un proyecto democrático de masas y una tecnología radicalmente nueva, para la democratización de la cultura de masas. Nace en Francia, con la emanación de la filosofía positivista de Comte (XIX), impulsado por descubrir de una manera más exacta y con una visión más sensible del mundo que nos rodea. Esta visión positivista desde una mirada científica impulsa y se proyecta sobre al mundo de la biología con Darwin. Además, sobre la estructura social con Marx, al pretender descubrir la estructura de la sociedad. En todos los ámbitos; sociales, culturales, de los negocios de las artes de las letras aspiraban a tener una descripción más científica y exacta del mundo. Es en esta nueva sociedad en la que nace la fotografía como una tecnología cognitiva radicalmente nueva, tecnología destinada al ámbito de la información óptica y que amplía y completa otras tecnologías cognitivas de la visión, como el telescopio y el microscopio. Su perfeccionamiento progresivo conducirá al invento del cine, inclusive.

En el contexto de la Revolución Industrial, Kossoy (2006:24) coincide con Gubern cuando plantea que las nuevas invenciones como lo es la fotografía nacen como un instrumento de apoyo a la investigación en las ciencias y en la forma de expresión artística.

La fotografía en un comienzo fue una tecnología artesanal, luego gracias a su consumo masivo fue evolucionando y apareciendo cada vez más sofisticada. Esto es lo que ocurre en los grandes centros europeos y en los Estados Unidos, lo que justificó inversiones significativas de capital en investigaciones, en la producción de equipos y materiales fotosensibles. La enorme aceptación que tuvo la fotografía, notablemente a partir de la década de 1860, propició el surgimiento de verdaderos imperios industriales y comerciales.

El registro de los paisajes humanos y rurales – la expresión cultural- exteriorizada a través de los monumentos, habitación, mitos y religiones, hechos sociales y políticos, fueron captados por la cámara fotográfica, provocando una verdadera revolución en la segunda mitad del siglo XIX. A través de la fotografía las personas pasaron a tener un conocimiento

---

<sup>8</sup> Convertir al nativo en objeto de consumo, colocándolos frente al lente, sometidos a la pose y al montaje de la fotografía: “imagen fotográfica como artefacto: De la Carte de Visite a la tarjeta Postal étnica” Alvarado, Margarita (2004).



más preciso y amplio de otras realidades, que hasta ese momento solo las conocían por transmisiones escritas, verbales y pictóricas.

El mundo se tornó portátil e ilustrado. Gracias a que la captación de imágenes contextuales llega a todos los estratos sociales, iniciándose un proceso de conocimiento del mundo en detalle, desde los albores del siglo XX.

El descubrimiento de la fotografía permitió dejar registro testimonial, de autoconocimiento y recuerdo, de creación artística (y por lo tanto de ampliación de horizontes), un registro preciso de lo aparente y de las apariencias. Justamente en función de este último aspecto se constituirá en un arma temible, posible de toda suerte de manipulaciones, ya que los receptores veían en ella *la expresión de la verdad*, resultante de la imparcialidad del objetivo fotográfico. La historia, aun así, ganaba un nuevo documento: una verdadera revolución estaba en camino.

Las incontables imágenes producidas a partir de 1849, de los micros aspectos captados de diferentes contextos socio geográficos, han preservado la memoria visual de innumerables fragmentos del mundo, de sus escenarios y personajes, de sus eventos continuos y sus constantes transformaciones. Esas imágenes son documentos para la historia y también para la historia de la fotografía. La fotografía es un intrigante documento visual, cuyo contenido es al mismo tiempo revelador de informaciones y detonador de emociones.

A medida que crece la distancia con respecto a la época de producción del documento fotográfico, menores son las posibilidades de que sus informaciones visuales sean rescatadas, y menos útiles resultarán al conocimiento, justamente por no haber sido estudiadas convenientemente desde el momento, en que pasaron a integrar las colecciones. Al respecto Gavin, (1985:9) plantea; *paradójicamente, los documentos fotográficos- a pesar de la legendaria superioridad con respecto a los registros verbales-, todavía hoy suelen caer fuera del fino colador de los académicos. Los bibliotecarios preservan cuidadosamente pequeños fragmentos de las notas de un escritor; los curadores de arte atesoran los más rudimentarios esbozos de un artista; mientras que muchos repositorios culturales contienen preciosas fotografías que nunca han sido registradas en los inventarios.*

La fotografía desde su nacimiento forma parte de la vida cotidiana, una de sus características es que es aceptada por todos los estratos sociales, como lo indica Freund, (1974) *la fotografía penetra por igual en casa de obrero y del artesano, como la del tendero, del funcionario y del industrial. Ahí reside su gran importancia política.* El poder documental de la fotografía está dado por reproducir exactamente la realidad mostrando de manera imparcial la vida cotidiana.

Por eso, más que cualquier otro medio, la fotografía posee la aptitud de expresar los deseos y las necesidades de las capas dominantes y de interpretar a su manera los acontecimientos de la vida social. Dado a que la fotografía también depende de la mirada del fotógrafo o de lo que el desee destacar, es un medio que puede influir en nuestro comportamiento como lo indica Freund, (1974:96) *La importancia de la fotografía no solo reside en el hecho de que es una creación sino sobre todo de que es uno de los medios más eficaces de moldear nuestras ideas e influir en nuestro comportamiento.*

## Reflexiones Finales

Las imágenes tanto postales, cartas tarjetas postales y las fotografías, cumplen un rol fundamental en el imaginario colectivo de una época. En los comienzos de la ocupación de la Araucanía, por ejemplo, fueron muchos los fotógrafos que recorrieron el país para captar una imagen que era la que el comprador de ellas les solicitaba, eran los editores establecidos de tarjetas postales. Otros más osados crearon sus propios centros de fotografías, con sus estudios y laboratorios fotográficos, en el cual existía una verdadera puesta en escena para recrear un imaginario que era el mas vendido, por lo general imágenes de mujeres mapuche con su indumentaria completa ropas y joyas que usaban para vender su imagen..

Los sentimientos estaban puestos en las postales fotográficas de lugares, de valles, de cordilleras, de montañas, de ciudades en crecimiento, el añorar estar en ese lugar como recuerdo o como deseo, se creaba un nexo en el sentir de las imágenes y la vivencias o recuerdos, lo cual permite crear el deseo de obtener esas imágenes y comienza la venta de las postales cada vez en aumento, logrando ser una industria cultural muy importante para finales del siglo XIX y durante el siglo XX en nuestro país.

El análisis en tres niveles de Azócar permite hacer lectura de un grupo de fotografías que sirven de punto de partida para develar un imaginario de un mapuche con carencias, con falta de modernidad, de un *otro* que debía ser rescatado de su miseria, de su bajo nivel sociocultural, de un inferior que debía ser conquistado, lo cual permitió generar un subconsciente de estereotipo de un conquistador superior y un indio inferior, de un conquistador moderno ante un mapuche bárbaro. Lo que sustentó a la esclavitud, al trabajo mal remunerado, a la discriminación, a los prejuicios y a los estereotipos donde el mapuche era inferior al conquistador. Fueron la antesala a la polaridad de un ser superior y otro inferior que le debe obediencia.

Sin duda las imágenes plasmadas en fotografías o cartas tarjetas postales, pueden generar un archivo informativo de historias de lugares, de personas, pero también de imponer un imaginario que es colectivo y no precisamente es lo real.

Si bien es cierto el captar la realidad lo mas certera posible, como cuando Darwin necesito evidenciar sus descubrimientos, fue generando que se perfeccionara la ciencia de fotografías y permitió que más imágenes circularan por el mundo y que quienes antes no tenían la posibilidad de ser fotografiado, pues era solo privilegio de algunos, después ya era más alcanzable. Es así como funciona la oferta y la demanda a más ventas mayor es la producción de este producto que sale al mercado.

Las industrias culturales han logrado trascender las fronteras y hoy en día la venta de la imagen es instantánea, siempre se esta manipulando las cámaras fotográficas y una selfi esta cada segunda siendo vivida. Pero la imagen que se comparte no es la que esta dada en el instante sino mas bien se comparte la imagen que otro quiere ver, se muestra lo que es agradable, lo que es bello y lo que puede producir alegría a un otro. No siempre es real, sino mas bien es la venta de la imagen la que se está en circulación.

Los valores, las normas, las pautas sociales entran en juego en el nivel de análisis profundo de la imagen, las experiencias previas y el contexto van a permitir una serie de asociaciones y proyecciones particulares en cada individuo, como Eco indica la connotación es la suma de

todas las unidades culturales que el significante puede evocar institucionalmente en la mente del destinatario.

La discusión se debe generar en torno a la muestra de una imagen, que puede provocar diferentes sentimientos para una persona tanto en el nivel denotativo como en lo connotativo.

## **Bibliografía**

Alvarado.M. (2004) <http://www.antropologiavisual.cl/imprimir4/Alvarado.pdf>.citado 25.04.2013.

Arendt, H. (1993) La condicion humana. PAIDOS:Buenos Aires.

Azócar, Alonso (2005) Fotografía Proindigenista. El discurso de Gustavo Milet sobre los mapuches. Temuco Ediciones Universidad de la Frontera.

Azócar, Alonso (2008) Fotografía e identidad cultural: imágenes de Chile de principios del siglo XX difundida a través de la tarjeta postal. Del Valle Rojas Carlos, Brown Sartori Rodrigo, Nitrihual Valdebenito Luis, Mayorga Rojel Javier, Silva Echeto Victor. Contrapuntos y Entrelineas sobre cultura, comunicación y discurso. Ediciones Universidad la Frontera 2008.

Azócar, Nitrihual, Flores (2012) La Patagonia en postales fotográficas. Misioneros Salesianos y Construcción de Imaginarios sobre el selk´nam, kawuéskar y yámanas, entre 1880 y 1920. Arte individuo y sociedad.

Barthes, R. (1990) La cámara lúcida: notas sobre la fotografía. Paidós, Barcelona

Eco, Umberto (1970) Semiología de los mensajes visuales en Análisis de las Imágenes. Ediciones Tiempo Contemporáneo, Buenos Aires

Eco, Umberto (1977) Tratado de Semiótica General. Ediciones Lumen, Barcelona

Freund, Gisèle,(1974) La fotografía como documento Social Ed. Gustavo Gili, Barcelona

León, Vergara, Padilla, Bustos (2007) Historia de la Postal en Chile, Pontificia Universidad Católica de Valparaiso. Red de Archivos patrimoniales. Chile.

Masotta, Carlos (2007) Indios en las primeras postales fotográficas argentinas del s. XX. Talleres Trama, Buenos Aires Argentina.

Kossov, Boris. (2002): "Por una historia de los anónimos", en Revista AISTHESIS, N° 35, Santiago, Chile, p.74

Kossov, Boris (2001): Fotografía e historia, atelié Editorial, Sao Paulo. Brasil.

## Anexos





ST CARD

Arica 6-I-1933  
Mucho saludo  
desde este puerto  
Jankel

Señora  
Wirma Guerra M.  
H. Tarapica 780  
La Paz  
Bolivia





3 *My dear friends Glad, Emma*  
Please send me some pictures  
of whatever you like. I would  
like the address you said  
you could give me very much.