

Postbaltt o tarjeta postal

Arturo Guevara Escobar

Los coleccionistas de tarjeta postal usan diferentes tipologías, por lo general no siguen un principio taxonómico, es más el gusto personal. Si la tarjeta postal es una especie propia de documento con dificultades de lectura, dado lo *sui generis* de su ser, ¿no sería lo propio de principio afrontarla como concepto y posteriormente enfocarse en el objeto? Mónica Cure plantea, con el nuevo término *media archeology*, el estudio de las postales como una excavación del pasado, análisis que no puede crear un discurso lineal de su génesis e historia; su característica: que en lugar de revelar contradicciones en espera de soluciones, manifiesta la realidad esencial de un cambio en la forma de comunicarnos que sucedió en el último tercio del siglo XIX.¹

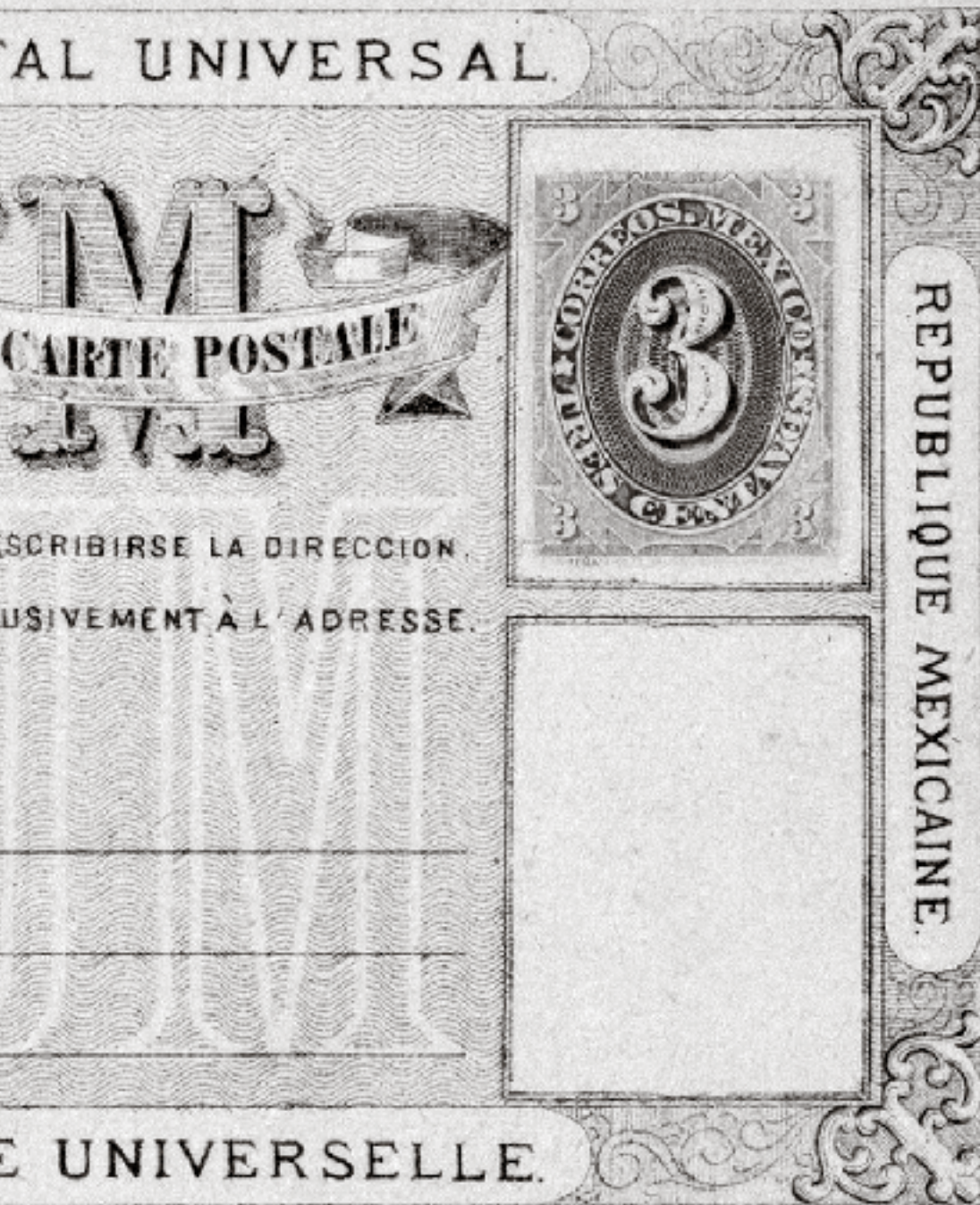
Dentro de la genealogía disruptiva de la tarjeta postal se pueden distinguir dos grupos. a) La *tarjeta postable*: nacida de la necesidad práctica, de forma orgánica, espontánea e individual dentro del uso cotidiano del correo; una mercancía sobre la cual es posible colocar un mensaje, a veces como medio de expresión personal, a veces como piezas de arte, o curiosidad, etc., pero siempre como un objeto. b) La *tarjeta lenguaje*: surgida de la reflexión filosófica, como medio de un sistema de comunicación y forma de pensamiento, creada para el servicio de grupo, donde el sujeto mensaje cobra identidad por medio del usuario. Los límites entre ambos grupos no son tan claros como los acabo de plantear, pueden ser dos caminos paralelos o a veces un continuo zigzag.

Tipo a

Ciertas ideas surgen de manera más o menos simultánea en diferentes lugares. Existen antecedentes de tarjetas posteadas en zonas geográficas diversas y no siempre contemporáneamente, el mejor ejemplo lo encontramos en los Estados Unidos de Norteamérica. Durante los pri-



"Emisión mexicana de Entero Postal", 1884, colección particular. Tiene porte pagado de tres centavos en *indicium* y recuadro para completar la tarifa mediante estampillas, sea para el servicio urbano, interior o internacional; su reverso es totalmente liso para escribir el mensaje.



El 10 de diciembre de 1878 el presidente de México suscribió el ingreso del país a la Unión Postal Universal (UPU). En 1882, ante la Cámara de Diputados, Gabino Barreda, quien había sido ministro en Alemania y delegado en la UPU, se lamentaba del sistema administrativo de correos, heredero del sistema colonial, con administraciones principales y subalternas, estafetas, y los muchos encargos de carácter gratuito, amén de la mala red de comunicaciones. Ese mismo año se emitieron las primeras tarjetas postales en México, con porte de primera clase. A partir de enero de 1884 se introdujeron las tarifas uniformes, de cinco centavos para el servicio interior; también se dejó de considerar el servicio postal como renta estatal y pasó a ser un servicio público. El libre tránsito postal no sólo depende de una disposición jurídica, sino de la cobertura, densidad y servicio. La tarjeta que lleva impreso su valor de franqueo (*indicium*) a manera de sello postal se clasifica como entero postal o tarjeta oficial; cuando se requiere colocar el porte o “estampilla postal” se le clasifica como tarjeta fórmula o simplemente tarjeta postal; en México todos los enteros postales son emitidos por la Administración General de Correos o Servicio Postal Mexicano.

meros años de la *U. S. Post Office Department*, la confusión e ineficiencia eran características. Ocurrían situaciones absurdas, como el cobro de cartas por el número de hojas, incluyendo el sobre, y no con base en el peso o distancia; esto orillaba al usuario a tomar medidas pragmáticas: podía escribir la carta en el sobre o prescindir de él, escribir en un medio diferente a una hoja de papel o reciclar los sobres ya franqueados para tratar de evadir el pago. La ausencia o mal planteamiento de las normas propiciaba que la iniciativa particular tomara la delantera, simplemente era más barato y sencillo mandar por correo un cartón que una carta. De tal forma que el 36° Congreso de los Estados Unidos aprobó el 27 de febrero de 1861 el acta con la que se permitía que “una tarjeta en blanco o impresa que no supere el peso de ocho onzas, es un objeto maniable, sujeto de ser franqueado por un centavo la onza”. No se trataba de una tarjeta postal, sino de una simple tarjeta, en paquete o suelta, con una utilidad y características muy variables; una mercancía susceptible de transportarse al menudeo, como puede ser una tarjeta de presentación, una *carte de visite*, un cromó, anuncios, calendarios, etcétera.²

Con estos argumentos, John Charlton (impresor de Filadelfia) tramitó y obtuvo ese mismo año los derechos (*copyright*) para una tarjeta “postable” —una tarjeta con la capacidad de ser enviada por correo—. También tramitó una patente para la misma, que no obtuvo; podemos suponer que la ausencia de reglamentación para franquear una tarjeta correspondencia se tomó en cuenta para la negativa. Otro factor a ponderar es que a los pocos días de la promulgación del acta comenzó la guerra civil estadounidense (12 de abril de 1861). En consecuencia, Charlton no produjo ninguna tarjeta postable. Años más tarde el impresor transfirió sus derechos a Hymen L. Lipman, otro impresor de Filadelfia, quien produjo una tarjeta con la impresión “Lipman’s Postal Card”, que ya fue una tarjeta postal casi en todo sentido —menos en su bajo costo—. La circulación más antigua atestiguada es del 25 de octubre de 1870;³ en julio del ese año se introdujeron las tarjetas correspondencia en la Confederación Alemana del Norte y a finales del año anterior en el Imperio austrohúngaro. Las tarjetas de Lipman eran la respuesta de la iniciativa privada estadounidense a la nueva dinámica internacional. Fue hasta el 8 de junio de 1872 cuando el gobierno de los Estados Unidos aprobó y sentó los fundamentos legales para la producción de tarjetas correspondencia:

Para facilitar la correspondencia escrita y proveer la transmisión del correo a una tarifa reducida, los mensajes, órdenes, noticias y cualquier otro comunicado pequeño, sea

impreso o autógrafo, a lápiz o tinta, el Oficial General de Correos podrá, por este medio, autorizar y ordenar que se provea al público de estampillas postales para colocarlas sobre ellas, las "tarjetas postales", producidas de buen cartón de esa calidad, forma y tamaño, lo más adecuadas para el uso general; tales tarjetas podrán ser usadas como medio de intercambio postal, bajo las reglas y regulaciones prescritas por el Oficial General de Correos, y cuando así sean transmitidas por correo con un cargo de un centavo por cada una [...]⁴

El 12 de mayo de 1873 apareció en los Estados Unidos la primera tarjeta postal oficial; como medio de intercambio postal.

Tipo b

Para entender el concepto y necesidad de la *tarjeta lenguaje* es menester atender al contexto. La historia del pueblo alemán —que finalmente daría lugar al Estado-nación Alemania— es larga y extremadamente compleja; allí surge la idea. Cincuenta y cinco años antes del surgimiento del segundo Imperio alemán (Kaiserreich), o de forma sencilla Alemania, se fundó la Confederación Germánica (1816), compuesta por los miembros del antiguo Sacro Imperio Germánico. Los actores dominantes con intenciones hegemónicas eran el Imperio austriaco y el reino de Prusia; también había tres Estados miembros gobernados por monarcas extranjeros no germánicos; otros seis Estados tenían un voto cada uno en la Asamblea Federal; 23 Estados de dimensiones más pequeñas, o diminutos, compartían cinco votos y, finalmente, las cuatro Ciudades Libres. Entre todos ellos había diferencias en monedas, pesos y medidas, reglamentos, leyes, sistema de gobierno, sistema postal, etc. El Imperio austriaco presidía la confederación; podemos imaginar la dificultad imperante en organizar cualquier cosa en medio de ese caos. Un primer paso de modernización y simplificación administrativa fue una Unión Aduanera o Zollverein (1834). Austria se opuso a la idea y buscó por su parte tratados bilaterales con la intención de reducir la influencia prusiana; en consecuencia, la Unión Aduanera no se implementó sobre la Confederación —que mantenía su carácter de tratado de no agresión y defensa mutua—, se creó un área de influencia aduanera austriaca con seis miembros, y el resto de los 39 Estados permanecieron bajo la tutela prusiana.

En 1847 se reunieron todos los Estados alemanes para discutir la unión postal; algunas de las cuestiones principales eran estandarizar tarifas y prácticas administrativas y permitir el libre tránsito del

Briefmarken-Sprache



"Tarjeta postal fotográfica francesa sin marca del fabricante, productor CP número de serie 1815", ca. 1909, colección particular.

La escritura de cartas es un género literario por sí mismo (epistolografía); sea por analfabetismo, por carencia de dotes caligráficas, creatividad o compostura, la economía de las epístolas dio lugar a los amanuenses, escribas, escritorios públicos, etc. Una carta implicaba los costes del papel, tinta, sobre, sellos de seguridad, franqueo, disponibilidad, etc.; es decir, escribir cartas era costoso. Uno de los argumentos de Heinrich von Stephan y Emanuel Herrmann para mejorar la comunicación postal era abaratar la creación individual y recuperar ingresos por medio del volumen; lo cual implicaba que el coste de una tarjeta postable, más los insumos necesarios para convertirla en un mensaje, fuera menor a una carta tradicional; se proponía abandonar los formulismos epistolares, incluso ser tolerante con la ortografía, la redacción y la mala caligrafía en aras de la concreción de las ideas. La



"Tarjeta postal impresa alemana, productor Carl Dóge", Dresden, ca. 1907, colección particular. "Briefmarken-Spache" lenguaje de estampillas postales.

principal preocupación gubernamental sobre una carta sin privacidad era la relacionada con asuntos amorosos. En un principio estaba prohibido expresar estos sentimientos sobre una tarjeta postal. Por más que los oficiales postales se empeñaron en evitarlo, la economía del deseo y de la necesidad se impuso sobre el pudor y las buenas maneras; aparecieron fórmulas sencillas como "besos" igual a "X", pero también complejos mensajes encriptados. Una de las muchas variantes era usar la colocación de las estampillas como lenguaje: una estampilla inclinada hacia abajo derecha, pegada abajo derecha, quería decir "Sin ti no puedo vivir". La economía del deseo generó imágenes con insinuación sensual, de ellas se pasó a las plenamente sensuales. En los años veinte del siglo XX encontramos muestras de sexualidad implícita y explícita en las postales.

correo. Las autoridades austriacas pensaron nuevamente en un tratado bilateral entre Austria y Prusia para desincentivar una organización bajo supervisión prusiana: en 1850 se fundó la Unión Postal Germano-Austriaca (Deutsch-Österreichischer Postverein); sin embargo, provocó el efecto contrario al previsto, los demás miembros de la Confederación se adhirieron posteriormente al tratado bilateral; con el telégrafo ocurrió simultáneamente algo parecido. Para reajustar el tratado de libre tránsito postal, discutir los pormenores de su funcionamiento y ampliación, se organizaron cinco conferencias en 1851, 1856, 1858, 1861 y la última sostenida de noviembre de 1865 a marzo de 1866.

Uno de los participantes, y en gran medida mano ejecutora de los acuerdos postales y telegráficos, era el entonces concejal postal privado de Prusia, Heinrich von Stephan. Políglota, con educación formal hasta el *Gymnasium* (escuela secundaria), Von Stephan fue servidor público desde los 16 años de edad y autor de algunas monografías sobre temas técnico-científicos. En la sesión del 30 de noviembre de 1865 argumentaba: “la presente forma de la carta, aún no permite la brevedad y suficiente simplicidad para una clase de comunicación masiva”.⁵ Por lo tanto, propuso un nuevo sistema de comunicación estandarizado para la *Postverein*: una carta simplificada, sin privacidad, más económica que la carta tradicional, un medio de comunicación mediato con franqueo prepagado, sobre el cual, en un lado se colocarían los datos de envío y retorno; en el otro, un mensaje breve. Esto propiciaría una nueva forma de expresión limitada a los hechos, logrando un número sustancial de comunicados para la cambiante civilización.

El nuevo sistema implicaba un cambio en el paradigma lingüístico y semiótico, tanto como un proceso de culturización, Von Stephan lo llamó *offenes Postblatt*, “hoja postal abierta” o “correo abierto”. La palabra empleada debe tomarse con la seriedad adecuada, no asumir la obviedad; su creador fue un ferviente defensor de la lengua alemana, logró una reforma casi completa del lenguaje técnico del servicio postal y de las telecomunicaciones con más de 700 palabras nuevas.⁶ La experiencia adquirida con la implementación del telégrafo planteaba la incógnita de si un sistema masivo de comunicación sin privacidad, con redacción concreta y mínima sería aceptado por el pudor social —Von Stephan llamaba al telegrama “un género de carta breve”—. El jefe superior de Von Stephan, Karl Ludwig Richard von Philipsborn, director general del correo prusiano, fue rotundo en su respuesta: ¡No!, no a “una forma indecente de comunicación en hojas expuestas”. Una razón menos apasionada era la duda de poder implementar tan extraña idea, con una Unión

"Tarjeta postal comercial impresa, editada y producida por United Litho. & Ptg. Cos. para la Unión Hortícola Franco Mexicana", Rochester, Nueva York, ca. 1916, colección particular.

El colonialismo cultural existe desde el principio de la humanidad, sea junto con la adquisición de la tierra, por medio del comercio o la telecomunicación; en la última categoría se incluye el colonialismo cultural promovido con las tarjetas postales. Esto puede ser desde las más sofisticadas maquinaciones filosóficas hasta las inocentes ocurrencias individuales. En principio se pensó la tarjeta postal como un medio de comunicación comercial, pero nunca se pudo limitar de esta forma. Desde 1908 un empresario de Querétaro, Juan Balme, se dedicó a la producción de plantas de aguacate en vivero. Alrededor de 1916 imprimió una tarjeta para publicitar el "árbol de oro, del futuro" —nada equivocado estaba—; buscaba mitigar los efectos de la campaña antiaguacates mexicanos iniciada en 1914 por el gobierno proteccionista de los Estados Unidos. Llamó a la fruta *avocados* o *alligator pears*, dos extrañas deformaciones de la palabra prehispánica náhuatl *ahua-catl*; para algunos lingüistas el vocablo podría provenir del totonaco, o de una proto raíz náhuatl *pawa-: "fruta ni ácida ni dulce". En la actualidad no cabe la menor duda de la popularidad del guacamole, o como le dicen los estadounidenses "Holy Guacamole", el producto más representativo en varias de las festividades más importantes de los Estados Unidos, el Super Bowl, 5 de mayo y 4 de julio. Balme no buscaba conscientemente el colonialismo cultural; quería vender más, pero para vender más... es necesario culturalizar.

Postal entre tantos Estados, cada uno con su propia administración postal y, en consecuencia, con poca viabilidad económica.

En la mesa estaba la discusión sobre cómo la lingüística y los aspectos culturales se entremezclaban con un nuevo sistema comunicacional; se cuestionaba “cómo la moral y la razón por medio de la comunicación epistolar daban salud al alma o, por el contrario: el raciocinio económico la desnudaba, la cosificaba y limitaba”. Pero no siempre las cosas son tan claras como parecen fuera de cualquier documental que Von Stephan nos haya dejado debemos especular y confirmar por el transcurso del tiempo el verdadero propósito de los hechos. No podemos separar los acontecimientos históricos, que conformaban y amalgamaban la nación alemana, del desarrollo de un concepto comunicacional llamado Postblatt.

Menos de tres meses después de finalizar la quinta conferencia postal, Prusia y Austria estaban en guerra; la Unión Postal dejaba de tener sentido, más aún cuando Prusia había decidido la ruta de choque desde octubre de 1865. La hipótesis es que Heinrich von Stephan encontró la oportunidad de plantear su idea y medir los efectos a sabiendas de su probable imposibilidad de implementación. Muchos años después, Bernhard Siegert le dio al clavo: “el mensaje de la Tarjeta Postal era la Unión Postal Mundial”;⁷ Unión Postal y Tarjeta Postal eran una y la misma cosa. Von Stephan estaba proponiendo un sistema cuya utilidad básica sería “un elemento de poder en el organismo estatal”, organizando y salvaguardando “el trabajo diario del cerebro y corazón de la nación”, donde “la comunicación y la cultura se relacionan una a la otra en el mundo, como la sangre y el cerebro lo hacen con la actividad del cuerpo humano”;⁸ este sistema necesitaba madurar. Una vez iniciadas las hostilidades entre Austria y Prusia, Von Stephan mandó un memorándum a la Administración Postal Prusiana proponiendo eliminar por medio de los eventos políticos las reliquias medievales que dificultaban la integración postal. El primer ministro de Prusia, Otto von Bismarck, escuchó, y por medio del Ministerio de Comercio, al cual estaba subordinada la administración postal, comisionó a Von Stephan para terminar la unificación postal tal y como proponía, éste llevaba tiempo abocado en la tarea, y le dedicó casi 20 años de su vida.

Después de la derrota austriaca y la de sus aliados, se disolvieron la Confederación Germánica y los acuerdos emanados de ella. A partir del 16 de abril de 1867 una nueva realidad se estableció: la Confederación Alemana del Norte (Norddeutschen Bundes); sus 23 Estados fueron una verdadera entidad orgánica federada, y en el artículo

48 de su constitución se establecía la creación de una zona postal, Norddeutscher Postbezirk, con vigencia a partir de 1868. Faltaron otros dos años para que Von Stephan consiguiera poner el servicio postal en condiciones de eficiencia requeridas, y se convirtió en su director general a partir de abril de 1870, tras la renuncia de Karl Ludwig Richard von Philipsborn. Para entonces, la zona postal era internacional, pues incluía la Confederación y los Reinos aliados de Baden, Baviera y Gotemburgo; además usaba dos sistemas monetarios: Groschen y Kreuzer. El 6 de junio 1870, el primer ministro de Prusia, Otto von Bismarck, aprobó la introducción de la Korrespondenzkarten (tarjeta correspondencia, Kk). Doce días después se canceló en Berlín la primera Kk. El 1º de julio, Heinrich von Stephan pone en circulación la Kk en la Norddeutschen Bundes. Entre julio y agosto se introdujeron las primeras Kk en los reinos de Baviera, Gotemburgo y Baden. El Gran Ducado de Luxemburgo, que también formaba parte de la zona postal, lo hizo hasta septiembre. El 16 de julio se imprimió la primera Kk ilustrada.

El 19 de julio de 1870, Napoleón III declaró la guerra a Prusia (Norddeutschen Bundes). La aplastante derrota francesa de los siguientes meses estuvo relacionada con la eficiencia alemana en los ramos del ferrocarril, telégrafo y tarjetas postales aplicados a la estrategia militar. Las dos últimas áreas estuvieron a cargo de Heinrich von Stephan, quien planificó un sistema de oficinas postales de campaña que siguieron al ejército desde el momento de la movilización, además dispuso de una Kk gratuita de uso exclusivo de las fuerzas armadas que permitía un eficiente contacto entre los soldados y sus familias —en favor de una buena moral—; en los primeros cinco meses del conflicto se enviaron 10 millones de tarjetas militares (Feldpostkarten).⁹ También se emitieron Kk de uso exclusivo de la administración de correos y telégrafos.

La labor de Von Stephan no terminó ahí. Tras la derrota francesa se fundó el Imperio alemán con los miembros de la Confederación y sus aliados; se proclamó al rey de Prusia como emperador en el Palacio de Versalles el 18 de enero de 1871, durante el sitio a París. Von Stephan trabajó en el proceso de unificación y fortalecimiento del nuevo Estado. Promovió los sistemas de paquetería y los giros postales, en 1874 propuso la tarjeta postal respuesta, en 1876 reformó el sistema telegráfico y lo integró al postal, introdujo la red telefónica en 1877 —como una extensión de la red telegráfica—, fomentó el desarrollo tecnológico de Siemens —previo al correo aéreo (la primera tarjeta postal aérea se emitió en junio de 1912, Flugpostkarte)—, impulsó la industria haciendo de cada oficina postal un palacio o por lo menos un edificio pleno de dignidad. Por sus mé-

ritos se le elevó al rango de la nobleza: Su Excelencia Ministro de Estado Heinrich von Stephan. Su ideal de estandarización postal, modernización de los medios de comunicación y globalización lo impulsó hasta lograr, en 1874, el acuerdo internacional predecesor de la Unión Postal Universal.

En la historia oficial de los cartófilos, la invención de la tarjeta postal se acredita al austriaco Emanuel Alexander Herrmann, profesor de economía política. No se tiene claro si conoció el proyecto de Von Stephan. Herrmann era un académico, filósofo, escritor de varias novelas históricas y editor de canciones populares; se interesó por la política y entendía la economía en un sentido más amplio al meramente de bienes y servicios. Concebía la economía como un fenómeno de la naturaleza y de la mente humana, formulado sobre el “Principio de no Supresión”: “no existe un hecho, ni siquiera el más insignificante... que sea minimizado o desechado sin que produzca un efecto”, por lo cual las necesidades o deseos individuales impelan al organismo económico no sólo para existir sino para desarrollarse; donde el lenguaje aparece como prototipo de la economía del pensamiento, si bien con el sacrificio de la exactitud con la poderosa ventaja de la repetición para unificar nuestra visión de un mundo cambiante.¹⁰

El 26 de enero de 1869, Herrmann publicó en *Neue Freie Presse*, periódico vienes, una pequeña reflexión económica: examinó el crecimiento del volumen postal austriaco de 1840 a 1863 como muy provechoso para el Estado —crecimiento de 259%—, pero con un constante declive hasta 1866 —crecimiento de 3.1%—; analizó el constante y elevado incremento de las tarifas, la reducción del volumen en relación con sus vecinos y las ciudades más industrializadas de Europa y su menor uso *per capita*; finalmente, propuso una solución al problema mediante un “tipo de telegrama postal”, *Postkarte*, limitado a 15 o 20 palabras, de menor costo que una carta, por medio de una “offene Karten” (tarjeta abierta). Hizo un estudio estadístico categorizando los tipos de géneros epistolares: 1) información ordinaria, 2) cartas comerciales e información espiritual y 3) amor y correspondencia familiar; y aunque sugería el primer grupo como campo propio de la tarjeta postal, a diferencia del segundo en el caso de Von Stephan, dejaba implícitamente abierto el abanico de las posibilidades.¹¹ El director general de correos austriaco, que había estado presente en la conferencia del 30 de noviembre de 1865, Vincenz Baron Maly von Vevanovič, aprobó la idea replanteada por Hermann: un medio económico de telegrama carta con amplias ventajas de rédito. El 1º de octubre de 1869 apareció la primera Kk oficial en la historia de las comunicaciones —curiosamente sin usar

el nombre aplicado por Herrmann— con claras advertencias sobre las limitaciones en el uso y responsabilidades.

Dejando de lado las correspondencias conceptuales entre el proyecto de Von Stephan en Alemania y el de Herrmann en Austria, ambos esquemas son completamente diferentes en su implementación: Von Stephan trabajaba en conjunto para crear una nación federada; dándole uniformidad y estabilidad administrativa; proveyéndola de ventajas tecnológicas para la consolidación y expansión territorial, económica y cultural; fortaleciendo la identidad nacional mediante el idioma y la difusión de símbolos y modelos conformadores. La Postblatt, Korrespondenzkarten, Postkarte, Briefkarte u otro de sus muchos nombres fue una herramienta invaluable e irremplazable, un sistema de comunicación para lograr el proyecto de nación orgánica que se proyectaba. Por el contrario, Austria eligió una estrategia económica de cortas miras, o quizá en un acto de revanchismo político robaba un triunfo a Prusia sin medir las consecuencias —algo que ya había intentado antes—; se implementó una idea sin un proyecto general, sin analizar las verdaderas causas de la mala administración postal austriaca, de forma acelerada, sin reconocer la implicación social de la tarjeta postal y, por lo tanto, tampoco de sus riesgos. El antiguo Imperio autocrático austriaco estaba en proceso de involución; de un pretendido Estado unitario centralizado se pasó a un federalismo fallido y, en 1867, se convirtió en una monarquía dual (Imperio austrohúngaro); se fragmentaba en su administración, cultura y territorio. La Kk puesta en circulación en Austria cubría los territorios de la Corona y los reinos de Hungría, Yugoslavia, Rumania y Eslovaquia; la administración de correos húngara —dentro del “Imperio”— emitió su primera estampilla postal en 1871 y sus propias tarjetas postales vinieron después. Las minorías nacionalistas reconocieron la tarjeta postal como una poderosa arma política, de propaganda y adoctrinamiento, y no dudaron en usarla para generar su propia identidad e independencia. En 1919 se disolvió el Imperio; en cambio, la Federación Alemana resistió la derrota de dos guerras mundiales y persiste hasta nuestros días.

Conclusión

Después de aparecer en el Imperio austrohúngaro, la tarjeta postal se viralizó; en la mayoría de los casos los gobiernos se vieron atraídos por las espectaculares ganancias económicas, y la sociedad por la novedad y la capacidad de extroversión. En poco tiempo las empresas particulares recibieron su porción del mercado ante la im-

posibilidad del Estado de satisfacer la demanda, pero que mantuvo, esencialmente, el monopolio de la distribución; sin embargo, en contados casos hubo conciencia de lo que se hacía. Rápidamente Alemania se convirtió en el primer Estado que dominó las capacidades de las tarjetas postales, el primer consumidor a nivel mundial, el primer productor, el primer suministrador de insumos: papel, tintas, pigmentos, químicos, maquinaria, etc. Para 1913 producía millones de postales, tras el inicio de la primera Guerra Mundial y el bloqueo naval culminó la edad de oro de las tarjetas postales. Si bien su producción siguió por millones durante el periodo de entreguerras (1920-1945)—en gran medida con las tarjetas postales fotográficas y una atomización de productores—, el fervor hacia ellas ya no fue igual. La aparición cronológica del cine, la radio, la televisión y el internet la desplazaron paulatinamente hasta su expresión mínima hoy en día. Cuando visualizamos la tarjeta postal como objeto es un pedazo de cartón y algunos químicos o pigmentos, un objeto con un alto atractivo visual y un valor coleccionable la mayoría de las veces. Cuando la visualizamos como un medio de comunicación, es un soporte mediador entre el lenguaje y el discurso; sea el lenguaje y discurso del usuario, sea el lenguaje y discurso intrínseco del soporte, especialmente cuando se expresa por medio de imágenes, es un metamensaje; es el primer paso en el desarrollo tecnológico hacia las redes sociales virtuales de alcance global de la actualidad. Acaso los actuales teléfonos inteligentes no son una tarjeta, y una postal, a su vez no, es equivalente a un emoticón, un Twitter, Instagram, Facebook, etc., porque todos ellos son un *offen Postblatt*.

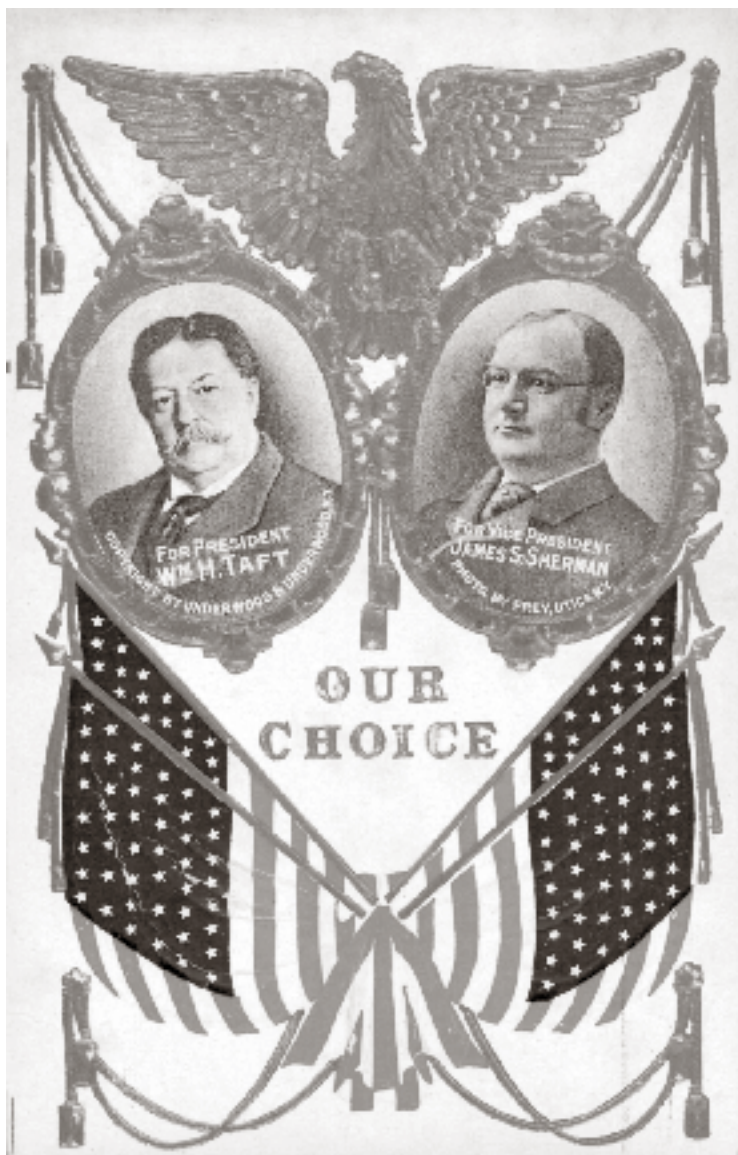
La postal cumplió con la función para la cual se creó: llevar la economía de la comunicación a un nivel global, pero también ser una eficaz herramienta de cohesión social, propaganda y poder. Von Stephan y Herrmann tenían razón, sus puntos de vista son complementarios: para que una tarjeta postable se convierta en un sistema de comunicación es necesario alcanzar la masa crítica, y la economía de la comunicación surge sin complicación. Para controlar el sistema se necesita el dominio del lenguaje según el interés: para informar (presentar), divulgar (distribuir) y propagar (insertar).

Me queda una última y pequeña reflexión sobre México. De la misma forma que el ferrocarril permitió y modeló la Revolución mexicana, la tarjeta postal participó para hacerla posible. En el imaginario popular, la revolución social de principios del siglo XX es una “tarjeta postal”. Entre las décadas de 1930-1940, la misión de fortalecer el nacionalismo, alentar el turismo y “mejorar” la imagen de México, en un momento en que el país fue severamente denigrado recayó



H. J. Gutiérrez Escobar, *Retrato de Francisco I. Madero*, "tarjeta postal fotográfica marca Artura, Carbon Black, productor H. J. Gutiérrez, Foto", México, ca. 1908, colección particular.

Una vez que la tarjeta postal fue dotada de imagen se pudo llevar la publicidad y propaganda a niveles nunca antes vistos, fue una elección natural para las campañas políticas. Durante la campaña presidencial de 1904 en los Estados Unidos de Norteamérica se encontraron algunas muestras. Para 1908 republicanos y demócratas usaron profusamente las tarjetas postales, sea en la propaganda directa de los partidos, por parte de los simpatizantes, o en la difusión y respuesta a algunos acontecimientos de la contienda, o para conmemorar el triunfo. Los productores y editores fueron variados, incluso algunas se imprimieron en Alemania. En México, Francisco I. Madero difundió su imagen para darse a conocer con un interés político desde 1908, antes siquiera de contar con un partido o candidatura; conforme se acercaron las elecciones presidenciales de 1910, con mayor frecuencia se hizo acompañar de fotografías, y en los días precedentes a los comicios se difundió un auténtico fotorreportaje por medio de tarjetas



"Tarjeta postal impresa y en relieve, editada por el Partido Republicano de los Estados Unidos de Norteamérica como propaganda política en la campaña presidencial, retratos protegidos por Underwood & Underwood de los candidatos a presidente y vicepresidente William H. Taft y James S. Sherman", Estados Unidos, 1908, colección particular.

postales con las incidencias relevantes del movimiento. Su contrincante político, el presidente en funciones, Porfirio Díaz, no usó las postales como medio de propaganda, ni tampoco en el ejercicio de sus funciones para incentivar un culto a la personalidad; pero sí hubo un intento cerca de 1910 para equiparlo con los héroes fundadores de la Nación—Hidalgo, Juárez—y promoverlo como consolidador de ésta... era demasiado tarde. En la campaña presidencial extraordinaria de 1911, con Madero como candidato del Partido Constitucional Progresista, se editó una tarjeta postal con un diseño prácticamente igual a la del Partido Republicano de los Estados Unidos, que se muestra arriba, aunque de una manufactura muy artesanal.

en el Departamento Autónomo de Publicidad y Propaganda. Entre muchos intelectuales se invitó a participar a renombrados pintores, dibujantes y fotógrafos para proveer el nuevo imaginario en libros, revistas, folletos y tarjetas postales.¹²

Arturo Guevara Escobar es artista plástico e investigador independiente de los fenómenos fotográficos en la primera parte del siglo xx.

- 1 Monica Cure, *Picturing the Postcard: A New Media Crisis at the Turn of the Century* (Minneapolis: Minnesota University Press, 2018), 264 pp.
- 2 *An Act Establishing Certain Post Routes, the Statutes at Large, Treaties, and Proclamations, of the United States of America. From December 5, 1859, to March 3, 1863*, 36º Congreso, 2ª sesión, 1861, CH. 49, 56, 57, p. 151, <https://www.loc.gov/law/help/statutes-at-large/36th-congress/session-2/c36s2ch57.pdf> (consultado el 8 de septiembre de 2019). Todas las traducciones fueron hechas por el autor (N. de la E.).
- 3 T. J. Brady, "Postcards and History", *History Today* 19, núm. 12 (diciembre de 1969), <https://www.historytoday.com/archive/postcards-and-history> (consultado el 7 de septiembre del 2019).
- 4 *Act to Revise, Consolidate, and Amend the Statutes Relating to the Post-Office Department, the Statutes at Large, Treaties, and Proclamations, of the United States of America. From March 1871 To March 1873*, 42º Congreso, 2ª sesión, 1872, CH. 335, p. 304, <https://www.loc.gov/law/help/statutes-at-large/42nd-congress/session-2/c42s2ch335.pdf> (consultado el 8 de septiembre de 2019).
- 5 Stephen Economides, "Heinrich von Stephan and the Unification of the German Postal System" (conferencia en el simposio sobre historia de la postal Winton M. Blount, 4 de noviembre de 2006), en <https://postalmuseum.si.edu/research/pdfs/Economides.pdf> (consultado el 8 de septiembre de 2019).
- 6 Marlis Hellinger y Anne Pauwels, eds., *Handbook of Language and Communication: Diversity and Change* (Berlín: De Gruyter, 2007), 786 pp.
- 7 Bernhard Siegert, "The Postcard", *Relays: Literature as an Epoch of the Postal System* (Stanford: Stanford University Press, 1999), p. 154.
- 8 Felix Axtster, "Postcards from the Colonial War in Namibia (1904-1908)", en Volker Langbehn, ed., *German Colonialism, Visual Culture, and Modern Memory*, e-book (Nueva York: Routledge Taylor & Francis Group, 2010).
- 9 Gerhard Kaufmann, "Die Postkarte im Spiegel der kultur und Gesellschaft", en Robert Lebeck y Gerhard Kaufmann, eds., *Viele Grüße: Eine Kulturgeschichte der Postkarte* (Dortmund: Harenberg, 1985), pp. 399-437.
- 10 Rudolf Haller, "Emanuel Herrmann: On an Almost Forgotten Chapter of Austrian Intellectual History", en Wolfgang Grassl y Barry Smith, eds., *Austrian Economics, Historical and Philosophical Background* (Sidney: Routledge Revivals, Croom Helm, 1986), 250 pp.
- 11 Emmanuel Herrmann, "Über eine neue Art des Korrespondenzmittels der Post", *Neue Freie Presse*, núm. 1584, 26 de enero, 1869, 4, <http://anno.onb.ac.at/cgi-content/anno?aid=nfp&datum=18690126&zoom=33> (consultado el 3 de octubre del 2019).
- 12 Priscila Pilatowsky Goñi, "L'invention graphique du Mexique pittoresque, 1936-1942" (conferencia en el Instituto de Altos Estudios sobre América Latina, París 3-Sorbonne Nouvelle, 9 de diciembre de 2016).