

# EL NACIMIENTO DE LA TARJETA POSTAL EN JAÉN (1902-1941). LA CONSTRUCCIÓN SOCIAL DE LA IMAGEN DE UNA CIUDAD

*Emilio Luis Lara López*

*María José Martínez Hernández*

## 1. Los inicios de la tarjeta postal ilustrada en España (1892-1900)

El experimento -a la poste truncado- de la Primera República en 1873, supuso el alumbramiento de los *enteros postales*, es decir, unas tarjetas postales oficiales que llevaban impreso el franqueo, pero que carecerán de imagen alguna impresa, pues los sistemas de impresión gráfica aún no se habían perfeccionado de manera suficiente como para, en producciones industriales, conseguir plasmar en soporte de papel o cartulina fotografías o dibujos.

A comienzos de la década de 1890, cuando la fotografía ya está plenamente desarrollada en toda la geografía nacional<sup>1</sup>, despegó un novedoso medio de comunicación interpersonal: la tarjeta postal ilustrada. Concretamente, será 1892 el año en el que circulen las primeras tarjetas, ciñéndose éstas a la reglamentación establecida por la *Unión Postal Universal*: su tamaño era de 9 x 14 cms., y la originalidad respecto de las cartas era que estaban pensadas para ser franqueadas sin necesidad de ir metidas en un sobre<sup>2</sup>.

Una vez alcanzada la técnica exigida para la impresión gráfica a gran escala, la industria centroeuropea (Alemania, Austria y Suiza principalmente) se adueñará, en la última década del s. XIX, del mercado de la tarjeta postal.

Serían dos suizos, Oscar Hauser Mueller y Adolf Menet Kursteiner, quienes fundaron en 1890 en Madrid la Sociedad Regular Colectiva y más tarde una empresa especializada en artes gráficas: la Fototipia Hauser y Menet, reputada como la primera casa editora de tarjetas postales en tierras españolas. La Fototipia Hauser y Menet tenía como plato fuerte la impresión fotomecánica por el procedimiento de la *fototipia* o *fotocolografía*, cuya

---

1 Para conocer las fases del desarrollo de la fotografía en España, es indispensable acudir a la obra de Bernardo Riego *La introducción de la fotografía en España*. Gerona, Biblioteca de la Imagen, 2000.

2 Un estudio muy útil para entender la introducción y evolución de las tarjetas postales españolas es el de Carlos Teixidor Cadenas *La tarjeta postal en España. 1892-1915*. Madrid: Espasa, 1999.

virtualidad residía en poder reproducir fotografías con gran nitidez y gama cromática, aplicándose esto a la reproducción de vistas de ciudades y monumentos. Posteriormente, la técnica evolucionará, y la fototipia será desplazada por el huecograbado, la litografía y cromolitografía, sobre todo éste último procedimiento, pues las postales ofrecían un aspecto excelente. No obstante, el coloreado era la asignatura pendiente, basculando los procedimientos desde el sencillo coloreado a mano -herencia de los retoques fotográficos-, o la coloración directa de las copias de bromuro. La fototipia conseguirá abaratar extraordinariamente los costes de producción, popularizándose en consecuencia la tarjeta postal al tener un precio de compra al alcance de muchas economías.

No obstante, 1897 será la fecha definitiva para la eclosión de la tarjeta postal ilustrada, pues anteriormente a ese año sólo se conserva un puñado de tarjetas referidas fundamentalmente a Madrid y Barcelona. A partir del citado 1897, la casa Hauser y Menet editará una serie general -numerada- de tarjetas postales, ofertando en 1898 -el año del Desastre-, una colección de postales relativas a varias ciudades, las cuales, mayoritariamente, fueron utilizadas por turistas que, en su estancia en España, las enviaban a sus respectivos lugares de procedencia en el extranjero, ya que estaban muy habituados a esta forma de comunicación postal.

En la frontera del s. XX, la pionera casa Hauser y Menet tendrá más de medio millar de ejemplares con vistas diferentes, sumándose otros editores a imprimir tarjetas postales propias, como consecuencia de la creciente inmersión de los españoles en ese canal comunicativo gráfico, convertido ya en un auténtico y lucrativo negocio. Así, la editorial Bailly-Bailliere, reaprovechará para la tarjeta postal el éxito de la fotografía estereoscópica, cuyo visionado con visores especiales permitía una verosímil sensación de tridimensionalidad<sup>3</sup>, y se lanzará a editar en 1900 dos colecciones estereoscópicas de 24 vistas de España y otra de la Exposición Universal de París, denominándose estas postales estereotarjetas<sup>4</sup>. E igualmente en 1900, la casa Laurent, echará mano del fabuloso -respecto a la cantidad y calidad de placas- archivo fotográfico de Jean Laurent, el operador profesional que tantas fotografías de tipos populares -entre otro temas- tomó en el s. XIX.

En tan apretado espacio de tiempo, la tarjeta postal ha trascendido su inicial uso de intercambio comercial, proyectándose sobre una amplia capa social burguesa, que la asimila con celeridad considerándola una eficaz y económica forma de comunicación interpersonal, que además es personalizada, pues el texto- aunque breve- escrito de mano de quien la enviaba, junto con el tema fotográfico elegido, le conferían un aura de objeto personal, alejado verbigracia de la frialdad e impersonalidad de los telegramas, y que además, respecto de las cartas, contaba con la ventaja de la ilustración, actuando ésta de altavoz visual del lugar visitado.

---

3 Isidoro Lara Martín-Portugués. "La fotografía estereoscópica en Jaén", en *Senda de los Huertos*, núm. 57-60, volumen 1, 2000, pp. 289-318.

4 J. M. Sánchez Vigil. "De la Restauración a la Guerra Civil", en J. M. Sánchez Vigil (coordinador) *Summa Artis. Historia General del Arte*, volumen XLVII. Madrid: Espasa Calpe, 2001, p. 353.

Una de las caras de la tarjeta, tras la invención de la fototipia como ya sabemos, tenía una imagen, y en el espacio que dejaba libre dicha imagen, había que escribir, con letra apretada y concisión de lenguaje, el texto, reservándose la otra cara de la postal para anotar la dirección del destinatario.

La tarjeta postal ilustrada define los gustos refinados de quien la escribe, así como los proyecta en cierta medida a quien va destinada, creándose un original circuito de intercambio en el que la alianza de imagen y texto cumple unas funciones complementarias que inclusive perduran en la actualidad, originando un coleccionismo de esta forma de comunicación cultural<sup>5</sup>.

En efecto, este coleccionismo *in crescendo* de las postales superará el uso para el que fueron concebidas, ya que se arbitrarán canales y estrategias de intercambio, tanto a nivel nacional como internacional, mediante los cuales múltiples coleccionistas adquirirán tarjetas interesados, ya no por el texto, que pasa a un lugar secundario y anecdótico, sino por la imagen, por la fotografía insertada en una de las caras, especializándose los coleccionistas según sus apetencias personales a la hora de reclamar postales de temas militares, urbanos, campestres, taurinos, sicálpticos, de tipos populares, etc. Y esta globalización de afinidades estéticas, esta extensión cosmopolita vía fotográfica merced a la tarjeta, ya fue ensalzada por los coetáneos:

“Cuántas personas que apenas conocían de referencia un país, hoy, gracias a esta clase de correspondencia, que de paso haremos constar que constituye una fuente de ingresos para el Tesoro, se entusiasman por sus costumbres, sus monumentos y sus hombres! El país que antes era antipático al coleccionista después de conocido por virtud de esta clase de correspondencia y de un corresponsal amable e instruido, le cautiva y admira y todo le parece agradable y hermoso”<sup>6</sup>.

## 2. La época dorada de la tarjeta postal ilustrada (1901-1905)

La que podríamos denominar *tarjetamanía*, estalla en 1901, puesto que los españoles, permeados por las modas europeas, se lanzan febrilmente a escribir y mandar por correo tarjetas postales, en parte gracias al aluvión de ejemplares emanados de la firma Hauser y Menet, publicitando lanzar al mercado la friolera de medio millón de tarjetas mensualmente (Boletín de la Tarjeta Postal Ilustrada, diciembre de 1902). El turismo será el motor principal de la industria de la tarjeta, enraizando ésta en fechas tempranas en aquellas ciudades consideradas destinos turísticos.

---

5 Bernardo Riego. “La tarjeta postal, entre la comunicación interpersonal y la mirada universal”, en *Santander en la tarjeta postal ilustrada (1897-1941)*. Santander: Fundación Marcelino Botín, 1997, p. 25.

6 S. Durán Bodi. “La tarjeta postal ilustrada como medio de propagar la civilización y fraternidad entre los pueblos”, en *Boletín cartófilo artístico-literario*. Barcelona, 1901, pp. 36-37.

Una de las claves del éxito de la tarjeta y de la democratización de su posesión fueron los variados canales de venta al público: librerías, papelerías, bazares, quioscos y empresas editoras. Así por ejemplo en Jaén, a finales de la década de 1890, sólo existía una librería, la de Juan Bautista Sena, en Bernabé Soriano, 19, si bien ya en 1895 estaban conceptuados como libreros: Elías Rubio, en Maestra baja, 42, Antonio Caballero, en Maestra baja, 41, Antonio González, en plaza de San Francisco, 1 y José María Romero, en Carrera, 27.

Las distintas series de tarjetas incluyen una variada panoplia temática: panorámicas urbanas y paisajes, retratos, caricaturas, corridas de toros, deporte, espectáculos, etc., así como tratamientos de figuras humanas continuadores de la estética pictorialista<sup>7</sup>. El fenómeno de la *tarjetamanía* ya se ha afianzado en nuestro país, y la burguesía enloquece con esta forma de comunicación no verbal, pues enviar postales y recibirlas, reafirmaba un cierto estatus y buen tono, posibilitando un conocimiento vicario de porciones del mundo sin salir de casa, sin necesidad del *engorro* del viaje. Los detentadores de tarjetas postales se convertían en una suerte de *icononautas*<sup>8</sup>, pues éstas, de alguna manera y al igual que antiguos espectáculos ópticos, brindarán la posibilidad de:

“Difundir hasta poblaciones remotas y distintas los mismos conocimientos y las mismas emociones y, como auténticas metáforas del ojo, habían logrado fijar[...]las imágenes del mundo, permitiendo volver a tomar sus medidas, observarlo, reconocerlo y contarlo a través de un discurso visivo y no sólo verbal”<sup>9</sup>.

Efectivamente, el burgués que visita lugares y que adquiere tarjetas postales para enviar, o que colecciona las referidas a su ciudad para seleccionar algunas y mandarlas, una vez que el destinatario y definitivo poseedor de dichas tarjetas postales las lee -las líneas amables escritas- y conserva, para revisitarlas al tiempo volviéndolas a releer y contemplar, se convierte en un trasunto de viajero merced a las imágenes, reactivando la memoria y pulsando su emotividad. No obstante, la historiadora de la fotografía Marie-Loup Sougez no parece concederle mucha importancia a las temáticas de las tarjetas, consideradas prácticamente como algo inmerso en lo *kitsch*, pues las despacha como algo que reproduce “paisajes y monumentos e inundando el mercado con esas producciones con pretensiones artísticas que todos conocemos, con parejas de enamorados, cestos de flores y niños engalanados con lazos”<sup>10</sup>.

En la Barcelona de 1901, el impresor Josep Thomas, gracias a la red de fotógrafos que trabajaba para él por todo el territorio nacional, podrá permitirse ofrecer al público la astronómica cifra de 20.000 temas diferentes en sus tarjetas, compatibilizando esta labor con la de trabajar para varias editoriales.

---

7 Publio López Mondéjar. *Historia de la fotografía en España*. Barcelona: Lunwerg, 1997, p. 138.

8 Gian Piero Brunetta. “El dorado de los pobres: los viajes del icononauta”, en *Memorias de la mirada. Las imágenes como fenómeno cultural en la España contemporánea*. Santander: Fundación Marcelino Botín, 2001, pp. 27-43.

9 Gian Piero Brunetta, *op. cit.*, p. 29.

10 Marie-Loup Sougez. *Historia de la fotografía*. Madrid: Cátedra, 1994, p. 195.

Uno de los más prestigiosos fotógrafos de los estertores del XIX y balbucesos del XX, Antonio Cánovas del Castillo -sobrino del político conservador del mismo nombre-, no sólo fue uno de los primeros en disponer de tarjetas de variados temas, sino que participó con obras suyas en un concurso literario patrocinado por el semanario *Blanco y Negro* en 1902 para ilustrar las *Doloras* de Campoamor, llegándose a imprimir entre 1902 y 1905 180.000 colecciones del tema editadas por la firma francesa Dujardin. Otros fotógrafos de fama cuyas instantáneas ilustraron tarjetas postales fueron *Alfonso*, Franzen, Esplugas, Francesc Serra i Dimas y el pictorialista Julio García de la Fuente<sup>11</sup>.

La tarjeta postal vehiculizará cultural y socialmente las bondades turísticas de una ciudad, sus hitos monumentales y su urbanismo racional exponente de la modernidad, desarrollando en grado superlativo la idea decimonónica de transmitir unos valores visualmente mediante la difusión de los grabados y de la fotografía. Las postales posibilitarán que la imagen de una ciudad llegue a cualquier confín del mundo, generándose entre los coleccionistas un cierto afán de utopía cosmopolita: aprehender una imagen-concepto de las ciudades del planeta. La imprenta, gracias a los avances técnicos, permitía fabricar centenares de miles de tarjetas, representando por medio de las imágenes postales unos determinados valores socioculturales, los de la burguesía, que a la postre era la piedra angular de los regímenes liberales que regían los destinos de los países occidentales.

### 3. Reglamentación de la tarjeta postal y fase de consolidación (1906-1915)

Entre diciembre de 1905 y enero de 1906, la Dirección General de Correos y Telégrafos, dependiente del Ministerio de la Gobernación, dirige una serie de circulares a estructurar la superficie de la tarjeta postal para autorizar el *reverso dividido*, esto es, se divide en dos mitades uno de los lados -hasta entonces en él sólo podía escribirse la dirección-, reservando la zona derecha para anotar la dirección del destinatario y pegar el consabido sello, y la parte izquierda se destinaba para la escritura propiamente dicha. Esta compartimentación del espacio hizo fortuna, tanto es así que es la que se sigue utilizando en los albores del s. XXI.

A raíz de la implantación oficial de dicho reverso dividido, se extiende como una mancha de aceite la moda de coleccionar tarjetas postales, en paralelo a la enraizada costumbre de mandar tarjetas a la familia, amistades y allegados<sup>12</sup>. La masificación que experimenta el negocio de la postal, de sustanciosa rentabilidad provocada por la *tarjetamanía*, tendrá un efecto democratizador para la tarjeta postal, al igual que se operó en el s. XIX en la fotografía

---

11 J. M. Sánchez Vigil, *op. cit.*, p. 354.

12 Gabriel González Riancho y José Antonio Torcida. "El coleccionismo de la tarjeta postal", en *Santander en la tarjeta postal ilustrada (1897-1915)*. Santander: Fundación Marcelino Botín, 1997, pp. 113-150.

en virtud de la especialidad de las *tarjetas de visita*. Las galerías y talleres hallarán un nuevo nicho mercantil en las ediciones y producciones tarjetísticas, ya que muchas galerías, para incrementar sus ventas, ofertarán postales.

La ya veterana casa Hauser y Menet tendrá como serios competidores a nivel nacional la Fototipia Lacoste o la A. T. V., así como las series editadas por Mariezcurrena, Joaritz, Moreno, Más y Roisin o Thomas.

A partir de la finalización de la Gran Guerra, la *tarjetamanía*, si bien no decaerá ostensiblemente, sí entrará en una fase sostenida, pues pasados los furores del *boom* inicial, se normalizará su uso. En este período postbélico, hay que reseñar la ingente labor postalística realizada en España por algunos fotógrafos extranjeros en la que sobresale el alemán Otto Wunderlich, ya que hasta 1930 realizó una *tournée* por la mayoría de provincias, posando la mirada de su cámara en los "tipos populares, monumentos y obras de arte, en fotografías que luego vendía en series numeradas y publicaba en la prensa de la época"<sup>13</sup>.

Tras la Primera Guerra Mundial, las tarjetas se comercializan ya sensibilizadas, existiendo una amplia oferta en marcas, preparación, superficies y precios, y en la década de los veinte, casi todas las galerías, tanto de capitales como de múltiples localidades, dispondrán de tarjetas postales.

#### 4. Influencias iconográficas en la tarjeta postal ilustrada

Entre las aportaciones recibidas por la tarjeta postal ilustrada, hay que destacar, primeramente, la fotografía de viajes, el grabado de prensa<sup>14</sup>, las *tarjetas de visita* y las vistas monumentales, especialidades fotográficas nacidas y desarrolladas ampliamente en el s. XIX, así como también la pintura de paisaje y la cartelística, medio de comunicación de masas éste último que irrumpirá con fuerza a finales del centón decimonónico, contribuyendo poderosamente a plasmar gráficamente, y con fines publicitarios, las virtudes de determinadas ciudades o de productos comerciales:

"El cartel se constituyó como un mensaje escrito-icónico, pero con claro protagonismo icónico (al revés que el tradicional libro ilustrado), situado en un emplazamiento estable, para permitir su fruición pública en espacios comunitarios"<sup>15</sup>.

Serían los carteles anunciatorios de las bondades turísticas o de veraneo (pensemos en Santander o San Sebastián por ejemplo), con su riqueza cromática y potencialidad icónica, un referente para la tarjeta postal, pues ésta adoptaría parte de los códigos narrativos

---

13 Publio López Mondéjar, *op. cit.*, p. 140.

14 Un estudio de enorme calado a nivel historiográfico, por los temas planteados, las interrelaciones realizadas y la utilidad es el de Bernardo Riego *La construcción social de la realidad a través de la fotografía y el grabado informativo en la España del siglo XIX*. Santander: Universidad de Cantabria, 2001.

15 Roman Gubern. *Medios icónicos de masas*. Madrid: Historia 16, 1997, p. 54.

visuales explicitados en los carteles del ocaso del XIX y alborear del XX, coadyuvando, con las anteriores modalidades fotográficas mencionadas, a condicionar conceptual y plásticamente, la tipología de las tarjetas postales ilustradas.

Respecto a la pintura paisajística, no es nada despreciable su influencia en la tarjeta postal, pues el desarrollo que va a tener en el s. XIX, merced al realismo, naturalismo e impresionismo, acostumbrará en cierta medida la mirada -y el gusto- de la burguesía, que no olvidemos es la clase social por excelencia consumidora de arte en los siglos XIX y XX, incluyendo por descontado la fotografía, y por tanto la tarjeta postal ilustrada, en el planetario de las formas artísticas, pues “la pintura de paisaje es, entre todos los géneros artísticos, la que mejor representa las nuevas actitudes burguesas; es un género que propone una temática decorativa y se ajusta a unos formatos accesibles”<sup>16</sup>. Este enorme interés hacia los paisajes pintados manifestado por los estratos burgueses, posibilitará que en muchas ciudades, acreditados artistas frecuenten temáticas locales, plasmando en sus óleos los alrededores de las urbes, así como panorámicas en las que el caserío aparezca varado en su correspondiente paisaje.

En el caso de Jaén, los pintores de mejor trayectoria profesional del XIX y principios del XX<sup>17</sup>, atenderán con especial énfasis esta modalidad paisajística, construyendo unos códigos narrativos visuales de largo alcance temporal, al *imponer* unas determinadas vistas jaencianas que los operadores profesionales primero, y los *amateurs* más tarde, revisitarán una y otra vez, hasta modelar una gavilla de estereotipos de vistas de Jaén. Por tanto, si el regionalismo y el localismo habían prendido con fuerza en la pintura, la fotografía, heredera de aquélla a título de inventario en tantos aspectos<sup>18</sup>, tendrá predilección por las vistas paisajísticas, que quedarán consagradas definitivamente gracias a la tarjeta postal ilustrada. Este proceso que hemos apuntado, conformará una construcción mental de la ciudad que se convertirá en algo estructural, tanto para los fotógrafos que realicen las tarjetas postales, como para quienes compren éstas, bien para mandarlas por correo o por prurito coleccionista. Y el resultado final será condicionar la imagen mental de la ciudad -en este caso Jaén-, contribuyendo a que la memoria colectiva jaenesa seleccione qué lugares y que monumentos son los más hermosos y de más valor histórico-artístico respectivamente, pues si unos parajes y edificios fueron primero pintados y luego fotografiados, fue por algo: por ser lo más selecto del patrimonio jiennense.

La fotografía de viajes, que tan profusamente ejercitaron en el s. XIX profesionales tan renombrados como Clifford y Laurent, habituará a nacionales y extranjeros a apreciar múltiples aspectos del rico patrimonio cultural español, seleccionando fotográficamente unos

---

16 Mireia Freixa. “La modernización en la pintura de paisaje”, en Carlos Reyero y Mireia Freixa. *Pintura y escultura en España, 1800-1910*. Madrid: Cátedra, 1995, p. 321.

17 Miguel Viribay Abad. “Aproximación a la pintura en Jaén”, en *Jaén entre dos siglos*. Jaén: Museo Provincial de Jaén, 2000, pp. 203-210.

18 Aron Scharf. *Arte y fotografía*. Madrid: Alianza, 1994.

parajes campestres y vistas urbanas, así como señeros monumentos, que implementarán el valor dado a éstos por la gente, ya que la preselección de algo como objeto fotografiable en opinión del operador profesional, y su ulterior plasmación gráfica -fidedigna-, condicionarán asimismo la mirada de los coleccionistas de fotografía viajera y artística, pues éstos tenderán a valorar mucho más aquello que, previamente, fue fotografiado por afamados operadores que, trasladando sus voluminosos equipos, atravesaban España, registraban visualmente paisajes, aspectos urbanos y *tipos populares* ataviados con la vestimenta típica regional o local, y fomentaban el interés hacia el pintoresquismo como esencia de un país romántico no adulterado por el peaje de la modernidad, entendida ésta como íntima vinculación con la sociedad industrial.

Las postales, en relación con la fotografía de viajes, podían actuar también como un complemento de las fuentes literarias, esto es, los libros de viajes que fueron introducidos en el s. XIX por viajeros extranjeros. Y una de las variedades -menores, ciertamente- de la literatura viajera es la guía turística, que pone sobre aviso al turista sobre lo más sobresaliente de una población y sus contornos, apuntando en este sentido Carmelo Vega:

“Si las guías turísticas ofrecen la enumeración de aquello que merece y debe ser visto, las tarjetas postales muestran el resumen de lo visto. Coleccionar postales era coleccionar viajes, y enviar postales a los amigos y a la familia era, además de la constatación del viaje mismo, enviar paisajes del lugar visitado. Después del viaje, el paisaje de una tarjeta postal es, para el turista, un paisaje redivivo, revisitado”<sup>19</sup>.

La tarjeta postal será una fiel aliada de la literatura de viajes, ofreciendo visualmente una selección -a modo de avanzadilla- de los rincones más señeros de cada ciudad, destacando aquellas plazas y calles de mayor hervor comercial y más modernidad, en comandita con las zonas urbanas -incluidos monumentos- con más carga histórica acumulada, por lo que, desde el comienzo, las tarjetas postales ilustradas pretenderán conjugar dos conceptos: tradición y modernidad, que no se consideran antagónicos sino complementarios, ya que las postales ofrecen una visión yuxtapuesta de lo antiguo y lo nuevo, para intentar demostrar que el progreso no estaba reñido con los *encantos* del pasado.

## 5. La tarjeta postal en Jaén

La primera tirada de tarjetas postales relativa a vistas de calles y plazas, edilicia artística, panorámicas o imágenes religiosas veneradas, no se imprime para Jaén hasta 1902, cuando ya hacía más de una docena de años que Santiago Mesías había puesto a la venta las incluidas en el álbum de la Virgen de la Cabeza, correspondiendo la autoría de las fotografías al estudio matritense de Laurent.

---

19 Carmelo Vega de la Rosa. “El paisaje que viaja: La Laguna en las tarjetas postales”, en *La Laguna. Paisajes de identidad*. Santa Cruz de Tenerife, 1996, p. 57.



Esta pionera edición de postales jiennenses se hizo mediante el procedimiento de impresión fototípica en los talleres madrileños de Hauser y Menet, y se utilizaron fotografías de Benjamín Alcázar García, un operador profesional que abrió estudio en Jaén diez años antes -en 1892-, con la singularidad de que era un barbero pero simultaneaba ese oficio con la fotografía, siendo a la vez el establecimiento fotográfico -situado en la plaza de la Audiencia, 4- la barbería, si bien en 1895 se establecería exclusivamente como profesional del arte de Daguerre<sup>20</sup>.

Esta edición de postales de 1902 fue vendida únicamente en la imprenta que era propiedad de un hijo del tipógrafo E. Sánchez. De esta tirada, al menos dos tarjetas fueron puestas en circulación postal en 1905 y 1906, al estar matasellado su reverso, apareciendo en los sellos la efigie de un jovencísimo Alfonso XIII, y otras fueron circuladas entre 1903 y 1904, siendo la tónica dominante en Jaén el alargar la vida de una tirada de postales varios años, entre otras cosas, porque lo fotografiado, como veremos, básicamente se repite en las sucesivas ediciones de tarjetas, ya que la inercia de unos mismos códigos narrativos se mantendrá: la mirada del potencial turista -y por ende del jiennense- se educa a través de la tarjeta postal ilustrada, y a fuer de figurar impresos los lugares y edificios que desde el amanecer del s. XX fueron considerados acordes con el gusto burgués, éstos continuarán fotografiándose hasta conformar un bloque de elementos visuales dignos de ser recordados por quienes visitaban Jaén, y asimismo, dignos de ser valorizados por los propios habitantes de la ciudad y provincia.

En la edición de la fototipia Hauser y Menet, figuran el Palacio de la Diputación -una vista del exterior y otra del interior-, la catedral -dos aspectos del interior y una vista de la fachada-, el Santo Rostro -el símbolo religioso de Jaén-, una panorámica del caserío -emergiendo la fábrica catedralicia-, otra de los baños de Jabalcuz y tres zonas urbanas: la Carrera, la Alameda y la plaza del Mercado -hoy de la Constitución. Es decir, por medio de esta edición de postales se ha construido una imagen mental de la ciudad en sintonía con el esquema de vida de las clases medias: el poder político provincial y el poder de la Iglesia -Palacio Provincial, catedral y Santo Rostro-; los espacios de la urbe exponentes de la vida burguesa: los baños de Jabalcuz para tomar las aguas mineromedicinales, veranear y vivir en sociedad, la Carrera como vía principal y simbólica de la ciudad -con varios siglos de historia a sus espaldas-, y la plaza del Mercado como epicentro comercial y del transporte. De esta forma, las tarjetas ilustradas han elaborado deliberadamente una imagen determinada de la ciudad: Jaén como población tranquila e idónea para el recreo, poseedora de una evidente carga histórica-artística, y con una clara fusión de patrimonio monumental antiguo -la catedral- con otro moderno -el Palacio Provincial, que no sería terminado hasta años después de realizarse esta edición de postales<sup>21</sup>.

---

20 Isidoro Lara Martín-Portugués y Emilio Luis Lara López. *La memoria en sepia. Historia de la fotografía jiennense desde los orígenes hasta 1920*. Jaén: Instituto de Estudios Giennenses, 2001, pp. 210-223.

21 Para conocer los aspectos evolutivos de la capital jiennense, es recomendable ver Juan Antonio López Cordero. *Jaén tras la muralla*, Jaén, Caja de Granada, 2003.

En 1904 -o algún año antes-, ve la luz una serie de tarjetas postales ilustradas no con fotografías, sino con dibujos, debiendo encuadrar esta modalidad tarjetística en la moda del cartelismo, que hacía furor desde finales del XIX. El cartel se convertiría en un poderoso medio de comunicación de masas por su potencialidad propagandística, y se constituiría “como un mensaje escrito-icónico, pero con un claro protagonismo icónico”<sup>22</sup>. Y este trasvase del cartel a la postal queda patente en un ejemplar rotulado como “Tipos cómicos” -quizá equivocadamente, pues se refiere más bien a un aspecto costumbrista, ataviadas estas personas con el traje popular local-, ya que en el anverso, al lado de un chirri y de una pastira, se lee: “Jaén. En mi hermosa tierra ves/dos cosas que yo venero/con ansia y con interés:/¡La cara de Dios primero/La cara de ella después!”. En otras dos ocasiones más aparecen sendos chirris y pastiras, teniendo una postal en el reverso el título bilingüe: en español e inglés, en un alarde de industria postal eminentemente turística. El dibujo de otra tarjeta muestra a un chirri y a una mujer en plena faena de recolección de aceituna, llevando el reverso una leyenda descriptiva: “Jaeneses recolectando. Jaén provincia al interior de Andalucía; tiene 97 ayuntamientos. Su riqueza es la aceituna y la elaboración de aceites. Superficie 13.480’38 Km<sup>2</sup>”. Esta identificación de Jaén con la cultura del olivo a través de la iconografía, es un discurso naciente en el campo de la historia del arte principiando el s. XX<sup>23</sup>.

Una nueva edición referida a la ciudad de Jaén sale a la luz en 1905, justo antes de que la normativa oficial estableciese el reverso de la tarjeta partido en dos mitades. Esta tirada se caracteriza por su calidad técnica, y a pesar de no presentar marca alguna de fotógrafo ni de impresión, nos atrevemos a identificarla con la que el ya citado Benjamín Alcázar García, junto con su pariente y escritor Eufrasio Alcázar Anguita fotografía y comercializa. Es perceptible cómo se incluye en cada ejemplar -en su anverso, la zona ilustrada- una banda horizontal en blanco para escribir sobre ella el texto.

Esta serie incide en la catedral como monumento nucleador del patrimonio jiennense -una fotografía encuadra la torre del reloj y otra el Sagrario visto desde la lonja norte-, añadiéndole otro templo emblemático: San Ildefonso, en concreto la portada gótica flamígera del Descenso, entrañando un reconocimiento al santuario de la Virgen de la Capilla, patrona de la ciudad. Dos tarjetas recogen sendas panorámicas de la ciudad, sobresaliendo en ambas la mole catedralicia -en una aparece el cerro de Santa Catalina coronado por el alcázar-, y en ambas, el influjo de la pintura paisajística jaenesa -desarrollada a fines del XIX y principios del XX- es evidente. En una tarjeta vuelve a aparecer la Carrera, tomada la fotografía -como en la serie de 1902- enfocando el operador hacia la plaza de San Francisco, estando al fondo la catedral. La reivindicación del pasado histórico se explicita también en un ejemplar en el que, junto a la Fuente de los Caños -s. XVI- posan, en un improvisado retrato grupal,

---

22 Roman Gubern, *op. cit.*, p. 54.

23 Emilio Luis Lara López. “El olivo como icono del arte contemporáneo jiennense”, en José Luis Anta Féliz y José Palacios Ramírez (eds.) *La cultura del aceite en Andalucía. La tradición frente a la modernidad*. Sevilla: Fundación Machado, 2002, pp. 171-191.

numerosos niños y adolescentes -y algunas mujeres-, religándose esta instantánea con la fotografía monumental decimonónica. Y de nuevo la vindicación de Jaén como población que afronta la modernidad, se explicita en una vista de la ciudad desde el Egido de Belén, destacando en primer término el edificio de las Hermanitas de los Pobres, asilo construido en la última década del s. XIX.

Antes de 1906 -pues el reverso de cada ejemplar está sin partir en dos mitades- son lanzadas al mercado un puñado de tarjetas postales ilustradas coloreadas -y editadas- por Hermenegildo Cruz Godoy, dueño de un estanco en la plaza de San Francisco en el que ya se vendían muchas tarjetas desde hacía tiempo. Esta corta tirada, con muchas faltas ortográficas en los títulos identificativos de las postales, gozó de desigual fortuna técnica, y como ejemplo de autopropaganda encubierta, una de las tarjetas, correspondiente a una vista de la plaza de Sagasta -hoy de San Francisco-, presentaba a un grupo de unas seis personas situadas delante de su estanco. Tres tarjetas de la catedral -fotografías de interiores- son reutilizaciones de clichés ya empleados en ediciones anteriores, y una postal de la fachada anda el trillado camino del encuadre que popularizara Laurent en el XIX. Una vista interior de la iglesia del Sagrario cierra la atención de la tirada de postales sobre edificios religiosos, pues sobresale el interés hacia enclaves urbanos populosos: la calle de las Bernardas -con la fachada del convento al fondo-, la Carrera, la plaza del Pósito -el antiguo edificio para guardar el grano es el gran protagonista visual-, palacio de la Diputación y la plaza del Deán Mazas, *posando* grupos de personas haciendo un alto en sus quehaceres cotidianos para salir bien en las respectivas fotografías, buscando el operador dar sensación de ambiente en la ciudad, rehuyendo los planos *fríos*, sin vida, por lo que estas tarjetas siguen la tónica del documentalismo gráfico. Dan cerrojazo a esta serie dos tarjetas muy influidas por el paisajismo pictórico: una vista parcial de la ciudad desde la Senda de los Huertos -viéndose el acueducto romano del Carmen- y una panorámica de la urbe en la cual los olivos copan el primer plano.

En 1907 se efectúa una edición de tarjetas, a nuestro entender basada en fotografías de Ángel Martos, y que posiblemente fue confeccionada en Madrid, aunque no está identificada la casa impresora en ninguna postal. La precipitación, o quizá el desconocimiento al no haber intervenido ningún jiennense en el tiraje de esta serie, es algo que puede colegirse por la abundancia de errores -incluso ortográficos- en las escuetas leyendas de cada tarjeta, comenzando por el fotógrafo, del que casi seguro equivocan el apellido, al figurar *A. Mortos*. Un palmario ejemplo de equivocaciones al rotular las postales, lo supone una que muestra una -por lo demás excelente- vista de la plaza del Mercado -estando situada en su trasera la del Deán Mazas-, pues el título reza "Jaén. Plaza del León Mazos. Teatro Cervantes" [sic].

La omnipresente catedral figura en tres postales -interiores de ella-, destacando una del trascoro, análoga a la primera postal datada en Jaén -la de finales del s. XIX ya comentada. El palacio de la Diputación es protagonista de una fotografía, deambulando gran cantidad de gente por la plaza de San Francisco -punto neurálgico jaenés- en otra tarjeta, e igualmente protagonista es el Teatro Cervantes -es la postal con las erratas y

faltas ortográficas antes mencionada-, pues ese edificio, el buque insignia de los espacios teatrales jiennenses, terminado en 1906 -el año anterior a la edición de la postal-, se erigió en poderoso símbolo de la modernidad, conectando, además, la plaza del Mercado con la Carrera, vía urbana ésta -su nombre oficial es Bernabé Soriano- fotografiada con la consabida perspectiva: el operador se sitúa en medio de la calle y la catedral sobrevuela tejados al fondo. La influencia de la pintura de paisaje es notoria en una postal, al repetir prácticamente la fotografía de la serie de 1905, que a su vez recupera las placas tomadas por Jean Laurent en la última etapa del reinado isabelino: en la panorámica general de la ciudad, descuella la catedral, recortándose en el cielo el cerro de Santa Catalina cuya cresta recorre el castillo, fundiendo en la mirada del espectador los dos monumentos que se consideran mejor signan la ciudad. En una tarjeta reaparece el geriátrico de las Hermanitas de los Pobres en una vista muy condicionada por la serie de 1905. La tirada finaliza con un tríptico fotográfico que, a modo de seriación visual, recoge una panorámica de la ciudad y dos vistas del paisaje jaenés contemplados desde el paseo de la Alameda, pues no en vano la Alameda era la zona de recreo y esparcimiento de Jaén desde el s. XVIII.

Hay que hacer una salvedad: los retratos o tomas fotográficas que no nacieron con vocación de editarse como postales, se convertían en tales y circulaban por el correo, pues sólo era menester dejar el reverso como lugar para escribir el texto y poner la dirección. Esta costumbre de reconvertir instantáneas en tarjetas postales cuajó en Jaén al igual que en muchas otras ciudades, perviviendo por lo menos hasta la Guerra Civil. Sirvan como ejemplos: un retrato en estudio -se aprecia el forillo pintado- de un militar sentado en una silla de tijera, debiéndose la foto a los “sucesores de M. Pez” y puesta en circulación postal en 1910; la inauguración en 1904 del busto de bronce de Bernardo López frente a la cripta del Sagrario o el retrato grupal que delante de dicho busto conmemorativo, en 1935, se hacen el director de la Banda Municipal de Jaén, Emilio Cebrián, el concejal socialista del Ayuntamiento de Jaén Manuel González y su hija<sup>24</sup>; el paraje de la Fuente de la Peña -circulada la postal en 1917-; o un retrato del que fuera entre otras cosas alcalde de Jaén, el acaudalado Manuel Ruiz Córdoba -el popular *Manolito* Ruiz- posando para la cámara en mitad de un ojeo cinegético.

A la altura de 1915, se incorpora a la nómina de establecimientos en donde poder adquirir tarjetas: la tipografía y litografía de Sebastián Cañada, Flórez y Cía, enclavada en la plaza de San Francisco. Las postales ahí vendidas se imprimían en la madrileña Castañeira,

---

24 Manuel González, concejal en el Ayuntamiento de la capital jiennense, era asimismo propietario de la papelería González, situada frente al busto de Bernardo López. Junto al maestro Cebrián se retrataron el edil y su hija Rafaela González en 1935, año del estreno del pasodoble Ragón Falez (un juego de palabras del nombre y apellido de la muchacha) que compusiera Emilio Cebrián Ruiz, director de la Banda Municipal desde 1932 y una figura popularísima en la ciudad a consecuencia de haber estrenado, ya en esa fecha, algunas composiciones que calaron con presteza en los jiennenses y que hodierno forman parte de la memoria colectiva jaenesa. Para ahondar en la persona y obra de Emilio Cebrián, ver Isidoro Lara Martín-Portugués. *La Banda Municipal de Música de Jaén*, Jaén, Ayuntamiento de Jaén, 2000, pp. 113-150.

Álvarez y Levenfield. No hemos podido averiguar la autoría de las fotografías, por lo que, tal vez, pudo tratarse de un operador ambulante.

En esta serie emitida durante la Gran Guerra, la catedral protagoniza seis postales, estando cinco de ellas -diferentes aspectos del interior- totalmente condicionadas por tarjetas de tiradas anteriores -e incluso por las fotografías que hiciera Genaro Giménez en la década de 1880-, sobre todo una fotografía de la fachada -el operador se situó en el palacio episcopal-, que prácticamente repite el encuadre de la placa que en el s. XIX tomara Laurent y que retomara Genaro Giménez en 1884; sólo una postal catedralicia es novedosa, pues se centra en la portada de la fachada norte. A la catedral le acompañan en esta tirada una pareja de edificios religiosos: la fachada del convento de las Bernardas -junto a la Alameda, el paseo de la burguesía por excelencia- y el claustro del convento de Santo Domingo -permanece posando de pie una monja para contextualizar el lugar-, utilizado como establecimiento benéfico, concretamente como hospicio de hombres, regentado por la Diputación Provincial desde 1846 y atendiéndolo las Hijas de la Caridad (no aparecen asilados para no contrariar las normas del decoro burgués). El castillo de Santa Catalina, con las edificaciones añadidas por los franceses durante la Guerra de la Independencia -con un aspecto semiruinoso-, sale en tres postales, pues ya sabemos que forma un tándem con la catedral como construcciones emblemáticas, y a la vez, ambas fotografías han de religarse con los ecos de la moda romántica de retratar -y pintar- ruinas, contempladas como un reducto de la melancolía y de los gloriosos pasados nacionales. Y el canto al progreso se visualiza en las Escuelas Cervantes, un centro de Enseñanza Primaria levantado en 1911.

La lectura de Jaén como contenedora de una importante historia, se efectúa con varias postales. La portada del antiguo pósito figura en una, luciendo ésta el águila imperial de Carlos V; buena prueba del apoyarse en el pasado jiennense para legitimar de una manera historicista un proyecto, la supone el hecho de que el edificio del pósito fue derribado en 1920, salvándose la portada, que fue colocada en la fachada principal del por entonces moderno Museo Provincial de Bellas Artes Jaén -levantado en el decenio de 1920. La fuente de los Caños vuelve a aparecer en esta serie, recogiendo la composición de 1905: se muestra rodeada de gente. El pasado andalusí de la ciudad se saca a la palestra en dos tarjetas: una portada mudéjar situada en el interior del antiguo Palacio del Condestable Iranzo -utilizado como casino-, y el que fuera patio de abluciones de la mezquita/iglesia de la Magdalena -que sirve para fines domésticos. Estas tarjetas de acendrado *exotismo*, hay que encajarlas en la moda orientalizante surgida en el último tercio del s. XIX y mantenida en el primer ventenio del s. XX, entre otras cosas, por la política africanista española<sup>25</sup>. Y para buscar un entronque con el pasado, la edición de postales dedica dos de ellas al monumento de las Batallas, situado en la plaza homónima. Este monumento, inaugurado en 1912 a iniciativa del político conservador José del Prado y Palacio, aúna plásticamente las dos batallas más célebres desarrolladas en la provincia: las Navas de Tolosa -1212- y Bailén -1808-, por lo

---

25 Ver por ejemplo Emilio Luis Lara López. "El africanismo a través de la fotografía de Arturo Cerdá y Rico", en *El Toro de Caña*, núm. 10, 2003, pp. 141-197.

que la búsqueda de una conciencia nacional por medio del monumento conmemorativo<sup>26</sup> se escenifica en Jaén de la mano del escultor Jacinto Higuera, y además, el monumento, que actuará como hito visual al contemplarse desde muy lejos, se enclava en una plaza que actuará como zona articuladora del moderno Paseo de Alfonso XIII, el bulevar por el que paseaba la burguesía.

Respecto a las vías urbanas y plazas fotografiadas, éstas son la calle González Doncel -actualmente Doctor Eduardo Arroyo- y la plaza del Deán Mazas -con dos vistas diferentes, destacando en una el ya simbólico Teatro Cervantes-, pues la primera es una arteria ciudadana de gran vigor comercial -por la cercanía de la plaza de abastos-, copando el protagonismo fotográfico la Casa de Socorro, edificada en los comienzos del s. XX y exponente de los avances sanitarios de la ciudad. Y la influencia de la pintura paisajística se deja ver en cuatro postales: una tomada desde la Senda de los Huertos -otra zona de fuerte simbolismo bucólico- y otra en la que el caserío está superpuesto a una loma de olivares, árbol sobre el que se construirá en el s. XX un discurso: se le considerará el icono artístico de Jaén; el cerro de Santa Catalina y el castillo flanquean la ciudad, según el encuadre anteriormente visto en otras ediciones de tarjetas, y que ya era, a la altura de 1915, un estereotipo fotográfico; la cuarta postal -doble- que cierra la tirada es una panorámica que recoge toda la ciudad -reutiliza una postal de la serie de Hermenegildo Cruz antes comentada-, estructurándose el campo visual en tres franjas: la zona superior es la mole del cerro de Santa Catalina, la de la mitad el caserío, y la inferior la campiña.

Con anterioridad a 1915 se edita una serie que a nuestro entender hay que atribuir a Benjamín Alcázar Gutiérrez, hijo del ya citado Benjamín Alcázar García, aprendiendo de su padre el oficio de fotógrafo. Alcázar Gutiérrez abrió estudio propio en 1908 en la calle Martínez Molina, trasladándose en 1915 a Álamos, 24, disponiendo su estudio de electricidad -para la iluminación artificial de los retratos- y teléfono. Producirá y venderá sus propias postales, recogiendo vistas de la ciudad e imágenes religiosas como Nuestro Padre Jesús Nazareno, la Virgen de la Capilla, el Santo Rostro, el Sagrado Corazón de Jesús -se le rendía culto en la iglesia de la Merced-, Santa Rita -venerada en el convento de Santa Úrsula- o la Virgen de Lourdes -que estaba en el convento de las dominicas.

Aunque Benjamín Alcázar Gutiérrez solía timbrar sus trabajos como "Alcázar. Fotógrafo", en esa serie de tarjetas anterior a 1915 no lo hace, por lo que la atribución de las postales la hemos realizado cotejando el tipo de letra empleado para rotularlas, idéntico al de otras fotografías timbradas por este operador profesional. El establecer la tirada de esta serie antes de 1915 obedece a que, en una de las tarjetas, el palacio de la Diputación Provincial aparece aún sin reloj, colocado en enero de 1915.

Esta práctica de que el fotógrafo no firmase las postales era habitual en Jaén, pues una nueva serie, editada hacia 1916, no tiene firma del operador, si bien en el reverso se hace

---

26 Carlos Reyero, *op. cit.*, pp. 276-289.

constar que las tarjetas se realizaron en la papelería regentada por la viuda de José Romero, en la calle Martínez Molina.

Igualmente en 1916 -aunque en realidad es una reutilización de los clichés de la tirada efectuada en 1915 por Castañeira, Álvarez y Levenfield- se edita la serie más extensa conocida, pues incluye al menos 36 vistas diferentes, sobresaliendo las relativas a interiores de la catedral. Su autoría nos es desconocida, y fueron impresas en la fototipia madrileña Castañeira, Álvarez y Levenfield -como consta en los reversos-, siendo costeada la edición por Sebastián Cañada para venderla en su local -papelería e imprenta-, pues la portada de la edición de *carnets postales* se titulaba *Recuerdo de Jaén*.

Antes de 1917, la casa barcelonesa Pons y Sala imprime y edita una serie, vendida en la papelería y librería Gregorio Cruz -como consta en el sello de tinta del reverso de los ejemplares-, que supondrá el inicio de un período de dominio de las tarjetas realizadas en ámbitos extrajiennenses, y por ende, el declive de las tiradas hechas en la ciudad. A pesar de repetirse los aspectos interiores de la catedral -dos postales-, esta tirada abunda en la imagen de Jaén a través de la tarjeta postal ilustrada preexistente, pero añade nuevos símbolos ciudadanos. Las vistas monumentales del castillo, del Palacio Provincial -ésta desde un balcón del costado este catedralicio- y de la catedral -destacando orgullosa su fachada entre los tejados de las viviendas particulares-, buscan un encuadre novedoso, al igual que una fotografía titulada "cerro de Sta. Catalina" que supone, por vez primera, erigir como absoluto protagonista a este pequeño accidente orográfico de gran simbolismo, como habían puesto de manifiesto series de postales anteriores. La imagen de la ciudad jiennense como remanso de tranquilidad se consigue con la inclusión de tres zonas esenciales para la expansión lúdica: la plaza de Santa María, la Carrera y el comienzo del paseo de Alfonso XIII. Los baños de Jabalcuz, como reclamo veraniego en particular y de relax en general, aparecen en dos tarjetas. Los aspectos tradicionales de la ciudad se dan cita en dos tarjetas muy distintas conceptualmente: una es del cuartel de la Remonta, aunque esa edificación, que servía para alojar las caballerizas del Ejército, después pasaría a ser cuartel de la Guardia Civil; la otra postal es del Seminario Diocesano, empezado a construir en 1899 en un estilo predominantemente neoherreriano<sup>27</sup>, con lo que ambas tarjetas recalcan los lazos de Jaén con dos estamentos seculares: la Iglesia y la milicia -y eso que Jaén apenas tenía importancia como plaza militar y guarnición de soldados. Por último, una novedad es incorporar una fotografía del monumento a Bernabé Soriano (1915), enclavado en la plaza de las Palmeras, pues se quiere enfatizar una estatua conmemorativa emplazada ahí poco tiempo antes de esa edición de postales, y ello por el grato respeto dejado por el -filantrópico- médico y concejal Bernabé Soriano entre todos los estratos sociales jiennenses<sup>28</sup>.

---

27 Para todo lo relacionado con las edificaciones del diecinueve, es imprescindible acudir a Rafael Antonio Casuso Quesada. *Arquitectura del siglo XIX en Jaén*, Jaén, Instituto de Estudios Giennenses, 1998.

28 Isidoro Lara Martín-Portugués y Jesús Mollinedo Gómez-Zorrilla. *Bernabé Soriano de la Torre. El padre de los pobres*, Jaén, Pavimentaciones Morales, 2003.

Con anterioridad a 1920 -pues algunos ejemplares fueron circulados ese año-, es puesta en el mercado una serie editada por la viuda de José M. Romero, sin que sea posible conocer qué casa hizo la impresión, al no existir rotulación alusiva. La catedral, con cuatro tarjetas, es el invitado gráfico que no podía faltar, repitiéndose sin apenas innovación de encuadre las vistas interiores así como la fotografía de la fachada, deudora en grado supino de la placa que tomara Laurent en el XIX. El monumento de las Batallas, de gran efectismo visual en el urbanismo de la ciudad de la *Belle Époque*, protagoniza dos postales, pues al ser un elemento modulador del Paseo de Alfonso XIII -actualmente de la Estación-, alcanzará gran relieve en el principal boulevard jiennense, la zona a la que más apego tendrán las clases medias para caminar plácidamente, como resalta una postal que refleja el inicio del Paseo, con una pareja de columnas a modo de señalamiento del comienzo de éste, enmarcando a unos jiennenses que deambulan tranquilamente bajo las dos filas de árboles que lo conformaban. La vertiente de ciudad apacible se implementa con una postal de otro Paseo, el de la Alameda de Capuchinos, obtenida la placa desde el interior de la puerta del Ángel -s. XVII. Y se insiste en la cualidad de Jaén como ciudad apacible e idónea para pasear, como atestiguan fotografías de la plaza del Mercado -popularmente de las palmeras, pues éstas llenan buena parte de las tres postales-, por cuyo anchuroso espacio caminan los jiennenses -en dos de las tarjetas a la vera del monumental teatro Cervantes-, referente icónico del Jaén de la modernidad como ya sabemos; y asimismo la plaza de Santa María, mostrando el palacio episcopal y el arranque de la calle Maestra -zona de habitación de las capas burguesas-, es escenario de paseatas, al igual que la plaza de San Francisco, porque a los pies del Palacio de la Diputación se concentran la ciudadanía. Una estampa otoñal -los árboles están desnudos de hojas- del balneario de Jabalcuz -elemento nucleador de los períodos estivales- es el último ejemplo visual de presentar Jaén como un reducto de la vida placentera y sin sobresaltos.

El regusto por el romanticismo pictórico del s. XIX se explicita en una tarjeta rotulada como “Restos de Murallas Árabes”, mientras que la cara de la moneda, la loa al progreso, se encuentra en una fotografía de la Granja Agrícola, inaugurada en 1904 a iniciativa del político conservador Prado y Palacio durante su etapa como Director General de Agricultura. Finalmente, habrá tres panorámicas de la ciudad: una como agregación de varias postales que muestra el caserío lamiendo las faldas del cerro de Santa Catalina, otra reutilizada de la serie que fue firmada por “A. Mortos” [sic], y la tercera, tomada desde el camino de subida al castillo -con la catedral elevándose- se convertiría, pasado en el tiempo, en una vista arquetípica de la ciudad.

En los años veinte, el fotógrafo parisino afincado en Barcelona Lucien Roisin Besnard<sup>29</sup>, edita una serie -numerada- seguidora, como no podía ser menos, de sus predecesoras. Esta

---

29 Un conjunto de las espléndidas fotografías de este operador puede verse en el catálogo *Andalucía 1920-1930. Memoria recuperada. Fotografías de Lucien Roisin Besnard*, Málaga, Fundación Centro de Estudios Andaluces, Consejería de Relaciones Institucionales de la Junta de Andalucía, 2002. De la capital jiennense se incluyen tres fotografías en las páginas 18, 35 y 41.



tirada se inicia con un discurso inteligente que actúa a modo de zoom: la catedral es el objetivo preferencial, y ésta se muestra primero desde lejos -panorámica obtenida desde la cruz del castillo-, luego vista desde las faldas del cerro de Santa Catalina, más tarde se recoge la fachada desde un encuadre frontal, y por último es fotografiado un detalle, en concreto el programa escultórico de la fachada principal. Acto seguido, hacen acto de presencia gráfica los poderes tradicionales de la ciudad simbolizados en sus edificios: la Diputación Provincial, el Ayuntamiento y el Obispado. El alegato acerca del carácter histórico de la ciudad se explicita con dos postales: en una el castillo se nos muestra desde un ángulo nunca antes visto, y en la otra el objeto retratado es una lápida epigráfica romana entonces conservada en el patio de la iglesia de la Magdalena, debiéndose relacionar esto con la práctica decimonónica de fotografiar diversos objetos artísticos a lo largo y ancho de España. Los consabidos espacios urbanos de mayor realce burgués tienen su propia tarjeta: la plaza de San Francisco -enfocando hacia Bernabé Soriano-, la Carrera -siempre al fondo la catedral, y en primer término la sede de la Económica de Amigos del País, de estilo regionalista-, el Paseo de Alfonso XIII y el de la Alameda, y la alusión a un enclave patrimonial se realiza con una fotografía del Arco de San Lorenzo -rotulado equivocadamente como "Puerta de Barreras"-, todo un *lugar de memoria* para los jiennenses por pasar ante él y por él la procesión de Nuestro Padre Jesús Nazareno el Viernes Santo y por haber soportado dicho monumento, en el último tercio del s. XIX, una furibunda campaña a favor de su derribo en pro del progreso y de la expansión urbana.

Una mirada preñada de un, digamos sentido doméstico burgués -pues se fotografían los patios palaciegos con arquerías-, se posa en tres tarjetas referidas a centros de beneficencia y asistenciales: el Hospital Provincial -convento de San Juan de Dios-, el Hospicio de Hombres -convento de Santo Domingo- y Hospicio de Mujeres. La tarjeta que -según creemos- finaliza la serie -la número 25-, reincide en ofrecer una imagen bucólica de la ciudad, pues ésta es fotografiada desde la senda de los Huertos, recortándose contra la grisura del cielo el castillo.

Hacia 1924, la librería de Juan Bautista Sena edita una serie de postales coloreadas impresas en la casa alemana Purger & Co; München, Photochromiskarte, que insiste en la visión de Jaén como una ciudad de vida bonancible, pudiendo destacar una tarjeta de la Alameda -profusamente arbolada- como paradigma del descanso, así como una fotografía del "patio árabe en la Magdalena", prosiguiendo el discurso reivindicatorio de enclaves impregnados de *culturas exóticas* -así era vista la cultura andalusí.

Mediada la década de los veinte, una serie de tarjetas -en blanco y negro- debida a Ediciones Anguita e impresa por la casa barcelonesa Huecograbado Mumbau, repite los consabidos estereotipos jaencianos, incidiendo en el castillo, del que se incluyen varios pormenores. La Carrera es destacada como un elegante paseo de viandantes y de coches de caballos, y como nota curiosa, el ambiente burgués y vagamente *cosmopolita* de la calle Bernabé Soriano tiene como contrapeso una fotografía de "una casita en los alrededores",

para alimentar la idea de una ciudad bucólica muy vinculada con los modos de vida de la cultura tradicional agrícola.

Igualmente en los años veinte, la fototipia Thomas de Barcelona imprime una serie de tarjetas que edita la papelería Morales -algún ejemplar fue circulado en 1937-, cargando las tintas en las plazas emblemáticas, añadiendo como espacio público digno de aparecer en tarjeta la Puerta de Barrera, eligiendo un momento en la que está casi vacía de transeúntes, lo que ofrece una imagen de la ciudad sumamente pueblerina, en contraste con otras calles y plazas de más empaque arquitectónico y urbanístico.

La ciudad de Jaén deja de convertirse en el motivo icónico único de las tarjetas postales en estos años veinte, codeándose las imágenes jiennenses en las tarjetas con fachadas e interiores de diversos establecimientos comerciales y hosteleros, pues éstos entran de bruces en la propaganda propia de las nacientes sociedades de masas. El Hotel Rosario se lleva la palma, pues desde la década de 1910 pone en circulación postales con diferentes aspectos del interior, destacando a conciencia la modernidad de sus instalaciones y el confort propio de los ambientes familiares, como pone de evidencia su patio adornado dentro de los cánones estéticos burgueses, abundando las macetas de pequeñas palmeras -el tan traído gusto por lo exótico imperante desde fines del XIX-, si bien se realizarán tarjetas posteriormente que muestren un cambio decorativo más acorde con la época -años veinte-, apostando por sillones, alfombras y mesas -como una hogareña sala de estar- y la sencillez decorativa -como manifestación del *art déco*. El "Gran Hotel" La Española también hará uso de la tarjeta ilustrada fotográficamente para publicitarse, mostrando la "calidad de la escalera principal", apareciendo parte del personal del servicio, y asimismo una vista de su patio, muy en la línea decorativa del colonialismo finisecular, decoración análoga que presentará el patio del Hotel Central.

En 1923 es circulada una tarjeta del "internado Teresiano" de Jaén, mostrando la fotografía la fachada de la casa, mientras se asoman a los balcones del segundo piso varias alumnas -todas con el obligatorio mandilón-, así como en la puerta de la calle, junto a tres niños de corta edad, algunas encargadas de la institución y dos hombres -uno permanece de espaldas-, a buen seguro los mozos encargados de faenas varias. El mismo fotógrafo anterior -"Photo-Art R. Saus"- toma la fotografía de otra tarjeta teresiana, esta vez correspondiente a la capilla, para resaltar los aspectos de enseñanza religiosa. En los años treinta y cuarenta serán editadas y circuladas otras tarjetas publicitarias, y así se promocionan -por medio de un cartel- el aceite de Jaén "para todo el mundo", la emisora radiofónica EA-7-IY, la tienda de Guillermo Jiménez de aparatos de radio, electricidad y máquinas de escribir, el comercio de tejidos Ildefonso Soriano Aguilar y de la sastrería Del Arco.

Tras la Guerra Civil, Ediciones Arribas realiza una tirada de tarjetas en donde se repiten machaconamente varios de los puntos urbanos ya consagrados iconográficamente, en aras de insistir en la imagen de una ciudad de vida apacible. Solamente habrá una incorporación a esta lectura de Jaén como capital tranquila: el Parque de la Victoria (1939-41), que vendría

a sumarse a la Alameda como paseo, estableciéndose entre ambos, si se quiere, un matiz distintivo: la Alameda de Capuchinos -de Calvo Sotelo a partir de la postguerra- será un paseo romántico, el funcionalista Parque de la Victoria -el nombre hace alusión al triunfo del bando nacional en 1939-simbolizaría la expansión de la ciudad, la modernización de su casco urbano.

La única fotografía -canalizada comercialmente a través de la postal- cuyo autor será fácilmente reconocible en los ámbitos jiennenses, a partir del decenio de 1940, será la de Jaime Roselló<sup>30</sup>, un operador a caballo entre el aficionado y el semiprofesional que gozará de una enorme popularidad en la ciudad desde la segunda década del s. XX<sup>31</sup>. Roselló, aunque lógicamente hará fotografías continuadoras de la tradición postal jiennense -que pesará como una losa a lo largo de todo el siglo-, se permite introducir imágenes de Semana Santa, pero no en el transcurso de una procesión, sino en el interior de los templos, tomando primeros planos, con la finalidad de que la fotografía/tarjeta sirviera de estampa devocional. Las efigies de San Juan evangelista y la Dolorosa de la cofradía del Santo Sepulcro, así como Nuestro Padre Jesús Nazareno, serán buenos ejemplos de ello<sup>32</sup>.

Las series siguientes de tarjetas ilustradas, básicamente, no hacen sino variaciones sobre el mismo tema de la imagen de Jaén configurada -por el conducto de las postales- en las dos primeras décadas del s. XX, para construir una idea -fotográfica y vivencial- de la ciudad en función de los planteamientos ideológicos de la pequeña y mediana burguesía, los cuales conducen a la conformación de una idea que perdura hodierno: Jaén como una ciudad con gran calidad de vida al gozar de una tranquilidad y un ritmo de vida sosegado cuyos orígenes han de rastrearse desde principios del s. XX como tratan de demostrar las tarjetas postales.

---

30 Para un análisis de la obra fotográfica de Jaime Roselló Cañada, ver Isidoro Lara Martín-Portugués y Emilio Luis Lara López *La memoria en sepia, op. cit.*, pp. 331-338, así como Isidoro Lara Martín-Portugués, M<sup>a</sup> Isabel Pedrosa Luque, Ana M<sup>a</sup> Real Duro y Salvador Contreras Gila. "Inventario y catalogación del legado fotográfico Roselló en el Instituto de Estudios Giennenses", en *Boletín del Instituto de Estudios Giennenses*, núm. 175, 2000, pp. 249-401.

31 Isidoro Lara Martín-Portugués y Emilio Luis Lara López, *op. cit.*, pp. 331-338.

32 A este respecto ver Emilio Luis Lara López. *La religiosidad popular pasionista contemporánea (Jaén, 1859-1978). Una historia a través de la fotografía como fuente documental*, Jaén, Instituto de Estudios Giennenses, 2004.



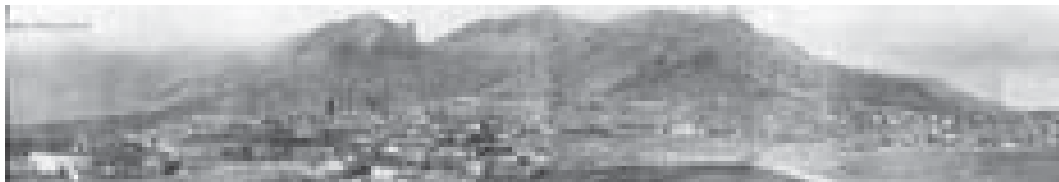
Jaeneses recolectando aceituna. Hacia 1904



Virgen de la Capilla, San Idelfonso. Edición de Benjamín Alcázar García y Eufrasio Alcázar Anguita. 1905.  
Circulada en 1906



Vista panorámica. Edición de San Sebastian Cañada. Hacia 1915



Vista general. Edición de la viuda de José M. Moreno. Hacia 1919



Vista parcial. A. Mortos [sic]. 1907



Vista parcial. Edición de A. González. 1915. Circulada 1917



Paseo de Alfonso XIII. Edición de A. González. 1915



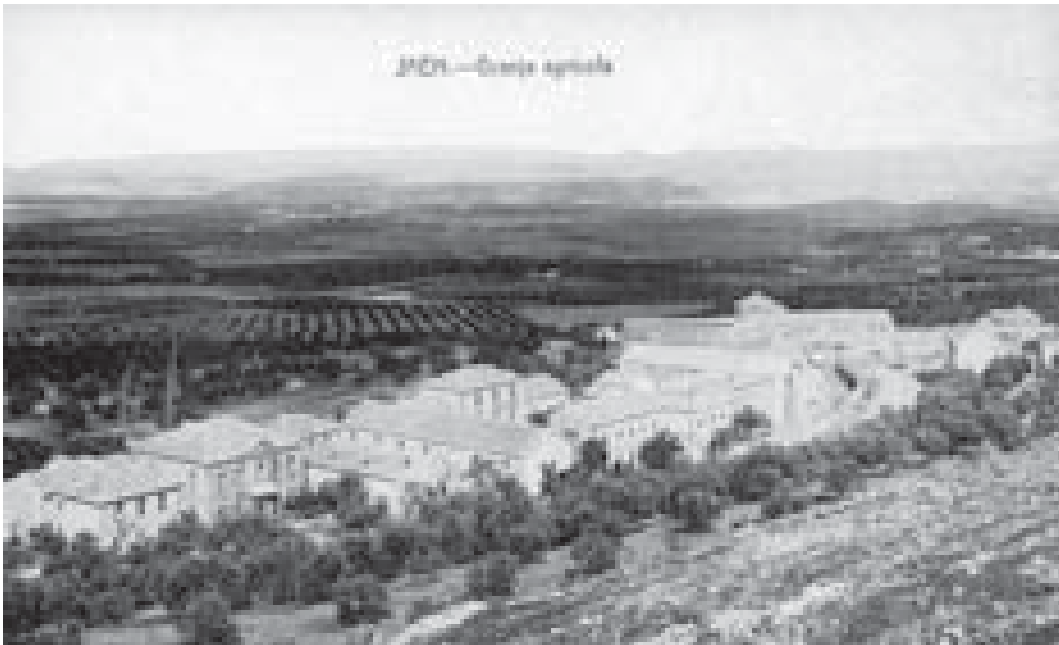
Vista general. Hijo de E. Sanchez. Jaén. Alcázar fotógrafo. Edición de 1902. Circulada en 1904



Estatua de las Navas. Edición de la viuda de José E. Moreno. Hacia 1919



La Magdalena. Patio y estanque de la antigua mezquita. Edición de Sebastián Cañada. Hacia 1915



Granja agrícola. Edición de la viuda de José M. Moreno. Hacia 1919





Baños de Jabalcuz. Hijo de E. Sánchez. Jaén. Alcázar fotógrafo. Edición de 1902



Patio del Hospicio de mujeres. Edición de Lucien Roisin. Década de 1920



Tipos cómicos. Circulada en 1904



El Santo Rostro. Hijo de E. Sánchez, Jaén. Alcázar fotógrafo. Edición de 1902



Plaza del León Mazos [sic] Teatro Cerbantos [sic] A. Mortos [sic]. 1907



Calle del Pósito. Edición de Hermenegildo Cruz. Antes de 1906



Calle Bernabé Soriano. Edición de Hermenegildo Cruz. Antes de 1906



Catedral tras coro. Edición de Ermenegildo Cruz. Antes de 1906