

LAS TARJETAS POSTALES FOTOGRÁFICAS COMO LUGARES DE MEMORIA DEL CIRCUNCARIBE

Enrique Camacho Navarro

Centro de Investigaciones sobre América Latina y el Caribe, Universidad Nacional
Autónoma de México, Torre II de Humanidades, piso 8, Circuito Universitario
Av. Universidad 3000, Coyoacán, C.P. 04510, CDMX, México
camnav@unam.mx

PHOTOGRAPHIC POSTCARDS AS PLACES FOR MEMORY OF THE CIRCUM- CARIBBEAN AREA

Abstract: In the region bathed by the Caribbean Sea – the continental territories of Central America and part of South America – two interesting historical processes converged at the beginning of the twentieth century. On the one hand, the arrival of American investors led to the shaping of economies into supposed ways of achieving progress through the arrival of foreign capital, while, on the other hand, the production of postcards, which initially functioned as a means of achieving communication over long distances, eventually allowed the building of an imaginary that, through visual representation, endorsed the liberal discourse that contributed to the consolidation of transnational corporations such as the United Fruit Company and shaped the infamous idea of the *Banana Republics*. In this context, the aim of this paper is to perform an iconological reading of postcards and images that were edited in the area under scrutiny in the early twentieth century, in which iconology is understood as the interpretation of images beyond what can be seen in iconography. The hypothesis proposed in this paper is that visual traces of this kind constructed an imaginary of progress that, seen in perspective, was oblivious to what was lived – and would continue to be lived – in many nations of the circum-Caribbean area.

Keywords: circum-Caribbean area; postcards; United Fruit Company; iconology

Resumen: En la región que circunda el Mar Caribe, bañando los territorios continentales de Centroamérica y parte de América del Sur, a principios del siglo XX confluyeron dos interesantes procesos históricos. Por una parte, la llegada de los inversionistas norteamericanos que llevaron a la conformación de economías a las que se creyeron como vías para lograr el progreso mediante el arribo del capital foráneo; mientras que, por otro lado, se vivió la experiencia de la producción de tarjetas postales que, si bien tendrían inicialmente la tarea de lograr la comunicación a distancia, al fin de cuentas permitieron que se construyera un

imaginario que, a través de la representación iconográfica, respaldó el discurso liberal que logró la consolidación de empresas transnacionales, tales como la United Fruit Company, y que conformaron la infamante y manipulada idea de las *Banana Republics*. Con tal antecedente, el objetivo del artículo es hacer una lectura iconológica de algunas tarjetas postales, y algunas otras imágenes, que se editaron en esa zona a principios del siglo XX, entendiendo como iconología la interpretación de las imágenes más allá de lo que visualmente se aprecia en la iconografía; sosteniendo como hipótesis que a través de tales vestigios visuales se construyó un imaginario de progreso que, visto en perspectiva, resultaba ajeno a lo que se vivía –y seguiría viviéndose– en muchas naciones del Circuncaribe.

Palabras clave: Circuncaribe; tarjetas postales; United Fruit Company; Iconología

Si existe una obligación, individual y social, de recordar los traumas de la historia, entonces debe haber imágenes. No hay memoria sin imágenes, no hay conocimiento sin posibilidad de ver, aun si las imágenes no pueden proporcionar un conocimiento total.

Andreas Huyssen, «Medios y memoria»

1. Introducción

En la región que circunda el Mar Caribe, bañando los territorios continentales de Centroamérica y un considerable segmento de América del Sur, desde el último tercio del siglo XIX y principios del siglo XX se llevaron a cabo dos procesos históricos que confluyeron de manera interesante. Por una parte, la llegada de inversionistas extranjeros, predominando los norteamericanos, quienes impulsaron la conformación de propuestas económicas que anunciaban el arribo del progreso mediante el impulso del capital foráneo; mientras que, por otro lado, se vivió la experiencia de la producción de tarjetas postales que, si bien tendrían inicialmente la tarea de lograr la comunicación a distancia, al fin de cuentas permitieron que se construyera un imaginario que, a través de la representación iconográfica (Figura 1), respaldó el discurso liberal que logró la consolidación de empresas transnacionales, tales como la United Fruit Company (UFCo), y que conformaron la infamante y manipulada idea de las *Banana Republics*.

Con tal antecedente, el objetivo de este trabajo es hacer una lectura iconológica de tarjetas postales de principios del siglo XX circuncaribeño, sosteniendo como tesis que a través de tales vestigios visuales se construyó un imaginario de progreso ajeno a lo que se vivía y seguiría viviéndose en muchas naciones del área aludida.

Nacidas en 1869 bajo el Imperio Austro Húngaro de Francisco José I, la tarea original de las tarjetas postales era lograr una comunicación escrita entre personas ubicadas en lugares distantes. Estados Unidos fue el primer país del Continente Americano que usó, a partir de 1873, la tarjeta postal (Ripert y Frère 1983: 17-40). En el caso centroamericano y caribeño, su uso se iniciaría alrededor de la década de 1880 (Figuras 2 y 3). Pero pronto, de ser unas simples tarjetas útiles para enviar un mensaje breve, se convirtieron en medios de comunicación ilustrados, con temas regularmente relacionados con los lugares desde donde eran enviadas.



Figura 1. Tarjeta postal «Carrying Bananas to Railway Track» (entintada) c. 1908¹



Figuras 2 y 3. Tarjetas postales de fines del siglo XIX, sin imágenes fotográficas

Ligada a la vida de las tarjetas postales y a sus propias transformaciones, la invención de la fotografía ha jugado un papel particular en torno a su ulterior y dinámico desarrollo. Las tarjetas podían producirse con diferentes técnicas, distinguiéndose de manera fácil aquellas que provienen de tomas fotográficas. Por esa razón es importante señalar la posibilidad de que las tarjetas postales de ese género pudiesen verse como ejemplos de la realidad. En tanto que su elaboración partía de imágenes fotográficas, y considerando que en sus inicios la fotografía se suponía prueba automática de veracidad, también las postales llegaron a ser vistas como representaciones directas, plenas e inobjectables. Esta creencia generó una tradición historiográfica que retoma a las imágenes como reflejos de realidad; allí, sostiene Tomás Pérez Vejo, «la idea de partida ha sido, casi siempre, la de que las imágenes reflejan la sociedad en que fueron creadas y los pensamientos de los hombres que las hicieron posible, una especie de espejo en el tiempo» (Pérez Vejo 2006: 76).

¹ Todas las imágenes presentadas se hallan en posesión y han sido escaneadas personalmente por el autor del artículo, excepto aquellas en que se indique lo contrario.

Como artefacto cultural, al iniciar el siglo XX la producción de postales impactó socialmente a nivel mundial, definiéndose entre los especialistas al periodo que va de 1900 a 1918 como la «Edad de oro de las postales» (Montellano 1998: 16, 31). La incorporación de imágenes en los cartones fue un detonante de aquel éxito. Las tarjetas permitieron una acción propagandística que construyó los imaginarios de una gran extensión territorial, de las geografías que se proyectaban de manera atractiva, presentándolas como «realidades deseables», y que para el caso estudiado exaltarían las bondades de la fértil naturaleza del Circuncaribe (Figura 4), construyéndolas como «zonas prósperas», con un futuro económico inevitablemente exitoso (Figura 5).

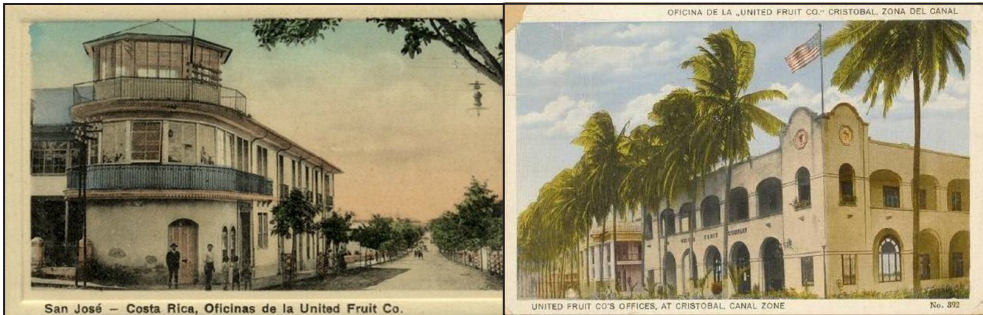


Figura 4. Tarjeta postal sobre la riqueza maderera. Bluefields, Nicaragua, c.1910



Figura 5. Tarjeta postal del Banco de Costa Rica, en San José, 1912

Supliendo la visita directa, las fotografías integradas a las postales se presentaban como instrumentos dotados de credibilidad, cuando en verdad su construcción visual solo era resultado de un control absoluto mantenido por los promotores de su creación, es decir por empresas como la UFCo, o bien por el propio gobierno norteamericano (Figuras 6 y 7), lo cual se constata al apreciar la auto-representación de la empresa bananera, mediante las imágenes de su infraestructura; o mediante la utilización de los símbolos patrios, como se daba con el caso de la bandera de los Estados Unidos ubicada estratégicamente en los discursos visuales.



Figuras 6 y 7. Tarjetas postales de las oficinas de la UFCo, en San José, Costa Rica, y en la Zona del Canal, Panamá, Panamá, c.1910

2. Parafernalia de la Yunai en el Circuncaribe

En 1899 se fundó la United Fruit Company, conocida también como «la bananera» (Mena 1972), «la frutera» (Ricord 1974), la UFCo, «el pulpo» (Handy 1996), «la compañía» o coloquialmente reconocida en la región circuncaribeña con el nombre de «la yunai», denominación que proviene de la referencia del United en inglés, pero pasado al español, y que en su momento da origen al título usado por la novela del costarricense Carlos Luis Fallas: Mamita Yunai (Fallas 1941). Aquella empresa, transnacional por excelencia, con la intención de aprovechar la riqueza agroexportadora, fijaría sus actividades productivas en territorios que comprendían la zona atlántica de Centro y Norte América, las West Indies, así como tendría una vinculación muy directa con algunas zonas de los Estados Unidos de Norteamérica y de México. Considerado como el Circuncaribe, este territorio fue el campo de acción de las actividades agroexportadoras a las que se dedicó con intensidad inusitada hasta 1930. Dentro de ese periodo, continuando una tradición iniciada en la última década del siglo XIX, la firma comercial elaboraría enormes cantidades de propaganda, anuncios periodísticos, tarjetas postales, libros, etcétera. Todo ello con el afán de respaldar la actividad comercial y turística que ella misma practicaba entre varios puntos de los países de la región y los Estados Unidos. Los mapas mismos fueron parte de esa parafernalia en la que se reflejaban los intereses inherentes a la compañía. Gracias a la lectura visual de ellos, con la cual se ha contribuido a la reinterpretación histórica (Black

1998), se identifica en su contenido la visión de dominio que la UFCo manifestaba hacia lo que fue concebido por los inversionistas estadounidenses como «su patio trasero», como se aprecia a través de un mapa de 1909 (Figura 8).



Figura 8. Mapa del Circuncaribe elaborado por la UFCo (1909)

El conjunto de ese tipo de vestigios constituyó una propuesta iconográfica que influiría en la mirada que desde el centro imperial norteamericano se tuvo de esa región circuncaribeña. En medio de ese mundo de imágenes, tuvieron una presencia sobresaliente las tarjetas postales. Aparecieron como artefactos donde se estructuró un discurso visual que imponía un ideal de imaginario social que era impulsado por la empresa bananera. Allí, todo aparecía como un conjunto ordenado, productivo, exitoso, pulcro, con la presencia de la infraestructura lograda por los inversionistas extranjeros como promotores del aprovechamiento de la riqueza natural del Circuncaribe, en particular con la producción exhaustiva del banano; y donde el hombre blanco aparecería como figura medular de la iniciativa capitalista (Figura 9). Como se ve en el caso de la postal señalada, el colorido se sumaría como un elemento central que permitiría dar a la imagen una posibilidad de cumplir de manera cabal con su finalidad de recrear una supuesta realidad idílica, con su cielo azul y la blancura de la White Fleet o «Flota Blanca» bananera.

El discurso visual daría énfasis a la presencia tecnológica que se manifestaba en la pequeña tarjeta postal, mostrando la instalación portuaria, la fortaleza naviera y ferroviaria, así como la maquinaria que agilizaba el embarque de las bananas, como se puede ver con las bandas de transporte de aquellas. Todo un conjunto

dinámico que revela la intencionalidad de justificar la presencia de las propuestas liberales en territorios de Centroamérica y el Caribe.



Figura 9. Tarjeta postal núm. 68, «Loading steamer with bananas», de H. Wimmer, c 1910-1920

La lectura de imágenes ofrece indicios sobre cómo los receptores potenciales pudieron tomar una determinada postura hacia los mensajes allí incluidos. Los promotores de discursos visuales mediante los cuales se conforman ciertos imaginarios, entre quienes se encontraban los editores y evidentemente los fotógrafos, dejaron rastros de aquellos públicos en los cuales ellos estaban pensando –principalmente– como posibles «mirones». Tomando en cuenta el origen occidental que predominaba entre los inversionistas, así como el de los turistas; checando el idioma usado mayoritariamente en los cartones postales fotográficos, que era el inglés; así como atendiendo a los símbolos manejados en las imágenes, queda claro que por lo regular el público que se esperaba fuese el observador de las construcciones visuales era el de receptores occidentales, o bien individuos que comulgaban con lo que «Occidente» proponía y significaba en ese momento inicial del siglo XX. La retórica visual manifiesta entusiasmo hacia los centros de poder económico foráneos, hacia sus propuestas, y es común encontrar tal identificación. Se idealiza el ofrecimiento liberal.

En el caso de la postal de A. Duperly & Sons, firma que sobresalió en la producción de tarjetas en Jamaica (Figura 10), la imagen evoca la tranquilidad urbana, lograda mediante la existencia de jardines, como espacios de esparcimiento social. Pero se trataría, simple y fácil, de una construcción imaginaria. Mientras que se arma la imagen idílica ya señalada, no preocupa enaltecer la potencialidad que los propios habitantes locales podrían tener. Al contrario, se les minimiza, representándolos simbólicamente a través de imágenes donde se reducen sus dimensiones –que en el caso que se ilustra debe ver a la pequeña nave local como referencia a los pobladores nacionales– a fin de que contrasten con la «grandeza norteamericana» (Figura 11).



Figura 10. Tarjeta postal núm. 6, «Castleton Garden», de A. Duperly & Sons, Kingston, Jamaica, c. 1904

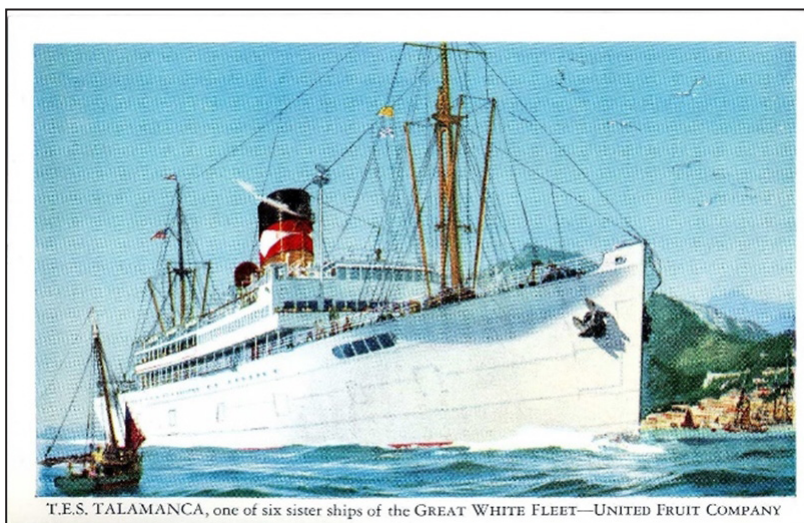


Figura 11. Tarjeta postal del «Talamanca», uno de los barcos de la White Fleet, sin fecha

En realidad, no es la atención a los personajes locales, ni mucho menos, una motivación efectiva por atender el interés nacional, o el de la región circuncaribeña, lo que engendra los discursos visuales, sino la necesidad de promover aquellas propuestas ajenas, provenientes de los centros de poder, como único camino para alcanzar el progreso «supuestamente regional».

Si acaso pudiese pensarse en que el público nativo de los países circuncaribeños era el receptor, en la retórica visual se manifiesta un entusiasmo hacia los centros de poder económico foráneos, en sus propuestas, y es común encontrar identificación con tal excitación. No preocupa enaltecer la potencialidad que los propios habitantes locales tienen, ya sean los trabajadores negros que han migrado impulsados por las imágenes de progreso, a quienes se les empequeñece, representándoseles a través de imágenes donde pierden toda consideración a través de la reducción de sus tamaños, en comparación con las magnitudes con que se representa la «magnificencia» gringa; o bien los pobladores autóctonos, a quienes se les representa minimizando el pasado histórico que se ilustra como atrasado, tal como sucede con la representación exótica de los indígenas, quienes tal como sucedió con la naturaleza abandonada, o al menos no sometida a un proceso de «domesticación», continúan en iguales circunstancias a las que, pese al paso de siglos, les sometió la época de dominio español (Figura 12).



Figura 12. Tarjeta postal «Indios de Costa Rica», atribuida a H. N. Ruud, c. 1902

Con respecto a las postales en particular, vale comentar que entre los vestigios revisados no es común la existencia de tarjetas enviadas por locales. Es muy raro encontrar ese tipo de ejemplos. Podría decirse que casi siempre se trata de casos en que tanto los remitentes como los destinatarios son ciudadanos norteamericanos –en una gran mayoría– o europeos, predominando entre estos los alemanes e ingleses; aunque aparezcan de manera frecuente franceses y belgas. Así entonces, también en ello se ve reflejado el tipo de público hacia el cual se destinaron los discursos visuales provenientes desde los centros de poder controlados por la UFCO, tal como se puede apreciar con la postal de los Bredy Cousins (Figura 13). En ella se conmemora la independencia norteamericana a través de una imagen en la cual las instalaciones de la mamita yunai se muestran, evidentemente a un público afín a los intereses de

los Estados Unidos, engalanadas ante la fiesta nacional. La celebración se realiza en lo que se supone fuera de sus fronteras nacionales, pero que en realidad era tomado como un territorio con dominio estadounidense. Allí, en la postal, se ve ondear el símbolo patrio extranjero, sin que se tenga respeto alguno por la soberanía nacional, en este caso de Costa Rica, una actitud que era adoptada en todo el Circuncaribe.

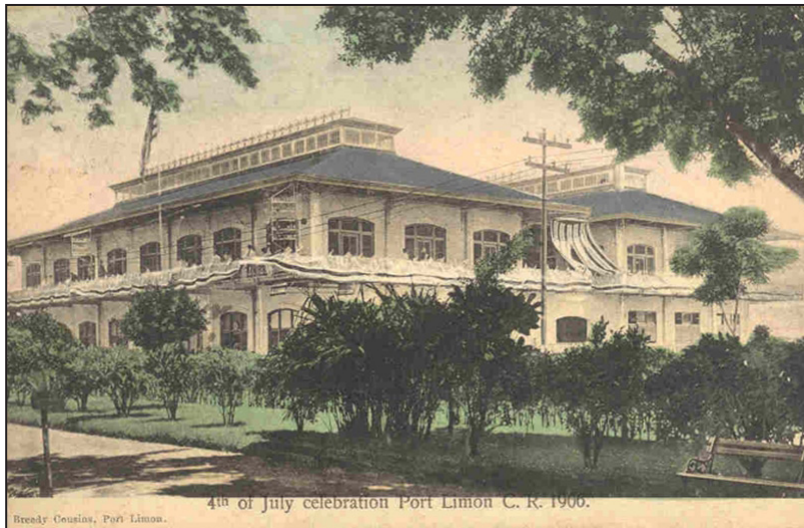


Figura 13. Tarjeta postal conmemorando el 4 de julio, Puerto Limón, Costa Rica, 1906, de Breedy Cousins

3. Método iconológico o cómo leer postales

Aun cuando hay muchas postales en que se identifica a los creadores de las postales, es común la ausencia de datos que permitan identificarlos. Los fotógrafos, los empresarios o los impresores pueden quedar como individuos anónimos. Sin embargo, también se debe señalar que existe una buena cantidad de postales en las que aparece una identificación de la editora y/o, simplemente, la distribuidora, aunque –desafortunadamente– sin que exista una posibilidad de asegurar quién fue el fotógrafo. Al suceder eso, la intención que pueda descifrarse de la imagen se atribuye a los intereses de los editores y distribuidores, o sea al provecho que quieran obtener. Se tenga o no información alguna de quienes aprietan el obturador, el fotógrafo debe ser tomado como intérprete de las intenciones de quien le contrata para atrapar los momentos fotográficos, creándose materiales que, a final de cuentas, contienen expresiones de cómo los ojos occidentales han percibido y representado al mundo.

Así, la UFCo logró apuntalar uno de los frentes que usó para ser aceptada como empresa de confianza. Mediante su arsenal propagandístico convenció a la opinión pública. Su existencia se representaba como explicación de los «signos de progreso» en la región circuncaribeña. La tecnología permitía que los obstáculos naturales fuesen

superados. Los ríos agrestes de la región ya no serían infranqueables; se lograría la comunicación mediante obras de ingeniería; y la propia tecnología representada por la cámara fotográfica «junto al fotógrafo» ocupaba el papel de testigo de ese supuesto proceso modernizador (Figura 14).



Figura 14. Tarjeta postal de Paso Agres, Santo Domingo, C.R., de H. N. Ruud, c. 1904

Dentro de las postales encontramos huellas que son muy importantes para obtener información histórica. Marcas que se refieren a «su tiempo de producción», tanto en el sentido de que evocan manifestaciones que tiene que ver con su contexto, así como con la posibilidad de encontrar elementos que permiten acercarnos aproximadamente a los momentos de las capturas, o bien a las fechas precisas de su circulación.

En muchos de los ejemplares expuestos en este trabajo, vemos ya las imágenes instaladas como elemento medular dentro de las postales, aun cuando en realidad originalmente ocupaban la parte «sobrante», es decir la parte «de atrás», la parte posterior. Por ese origen, se explica que los mensajes fuesen escritos en las partes blancas del lado de las imágenes, aquellas franjas blancas que dejaban algunos espacios para los mensajes escritos. Además de ese elemento, es decir el de la(s) franja(s) blanca(s), también se encuentran otros auxiliares en la datación, como sucede con los sellos, o con las fechas de los remitentes, quienes de manera regular dejaban señalamientos sobre las fechas de envío u otras relacionadas a diversas actividades (Figura 15).

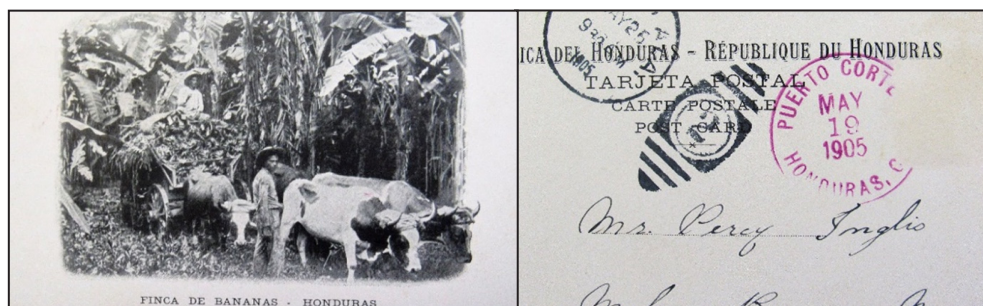


Figura 15. Tarjeta postal de Finca de Bananas, Honduras, parte con fotografía y detalle de la parte posterior. Enviada en Puerto Cortés, Honduras, en mayo de 1905²

Los matasellos son un elemento que mucho ayuda para identificar la temporalidad del artefacto visual. En el caso de que no se cuente con ninguno de esos referentes, hay una posibilidad de identificar dos grandes periodos. Es a partir de 1906 que la Unión Postal Universal, la famosa «UPU», que regía las normas del servicio de correos, determinó un cambio en el formato de las postales, determinando que la estructura debía, a partir de ese momento, tener en la parte frontal, anterior, las imágenes, y que en la parte posterior, que pasa a «un segundo plano», se dividiera para dar espacio, al lado izquierdo, a una parte para el mensaje, mientras que la parte derecha se destine a los datos de la persona a quien se les mandan los «Saludos» o «Recuerdos de...». Así entonces, tenemos que las imágenes impregnadas en los cartones postales pueden ser identificadas con una temporalidad. Pero, en caso de no ofrecer una certidumbre plena sobre los datos de su creación, lo valioso de su existencia es que ellas ofrecen información por medio de las cuales explican procesos en donde la fecha exacta no es algo determinante para invalidar afirmaciones interpretativas. Esto se manifiesta, por ejemplo, al pensar en el proceso de la inversión de capital destinado a la producción bananera en el Circuncaribe, que, sin tener una datación precisa, mediante su representación visual, y luego de su interpretación iconológica, evoca toda una intención de mostrar el impacto que su presencia ha tenido (Figura 16).

Los miles de anuncios periodísticos, panfletos, y evidentemente los también millares de postales o imágenes fotográficas con las que se representaban a la White Fleet, son otros ejemplos de los medios que permitieron el éxito de la transnacional. El estudio iconológico de tales artefactos propagandísticos comprueba que desde muchos años atrás se construía un estereotipo, forma escueta, elemental, de aquella imagen que de manera automática identificaba a los barcos de la poderosa compañía norteamericana como materialización, o garantía, de la transformación que impulsaba la UFCo en los territorios bañados por el Caribe. Al enunciar el estereotipo, el objetivo

² Imagen sin datos de procedencia de la fuente. Amaya (2018: 173) muestra un ejemplar de la misma tarjeta postal, de la cual se ofrece la siguiente mención: «Bella postal, obra del fotógrafo alemán C. Maier –quien residió en San Pedro Sula a principios del siglo XX–, titulada “Finca de bananas-Honduras”, remitida el 1 de agosto de 1910 hacia Norteamérica, con el solidario mensaje de “Ansío para su persona curación”, en la que se observa a un arriero con una yunta de bueyes trasladando bananas hacia el ferrocarril, que llevará posteriormente la fruta a los muelles».

de la iconografía se encamina a explicar o justificar una determinada situación, en la cual se manifiesta la mirada del «otro» y la ubicación del «yo», que en el caso que nos ocupa se manifiesta con la representación de relaciones de poder, en las cuales queda manifiesta la evidente jerarquía entre culturas, donde domina ese «yo» que enuncia (Pageaux 2009: 16). Esa patente intencionalidad propagandística, y de evidencia jerárquica, queda expresada también con la presencia de los barcos con que fueron ilustrados muchos de los menús que el Steamship Service, bajo subvención de la propia compañía frutera, ofrecía en las primeras décadas del siglo XX a los turistas que se atendían en los restaurantes que funcionaban en los propios navíos (Figura 17).



Figura 16. Tarjeta postal de una plantación bananera, con hombre blanco

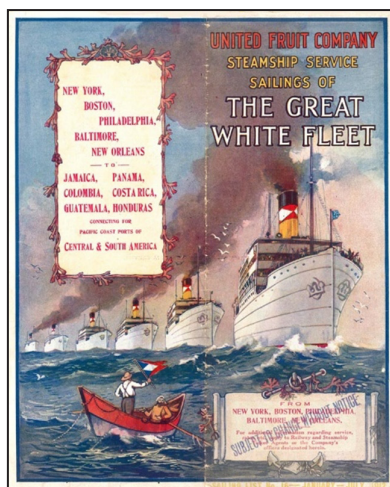


Figura 17. Menú de la Steamship Service, subsidiaria de la UFCO, 1912³

³ Mi agradecimiento a la colección de Björn Larsson: <<http://www.timetableimages.com/maritime/images/ufc12a.jpg>> [10/2/2018].

La «grandeza norteamericana» era escenificada con una simpatía por parte de los locales, o nativos, con quienes se contrastaría el poderío del progreso que arribaba a aquellas zonas de atraso, señaladas en los propios iconotextos de la imagen, al aparecer los nombres de algunos países del Circuncaribe.

4. Para muestra, una postal

Veamos un caso particular, a través del cual se muestre lo que una tarjeta puede ofrecer para construir memoria histórica. Se trata de una postal fotográfica intitulada «Hauling Bananas to Railway Track», tarjeta en la que de entrada pareciera que no importa la definición de lugar y tiempo de captura de la imagen (Figura 18a). Su público es angloparlante, como lo define su iconotexto, con el cual también se refiere la presencia de un conjunto, lo que se asienta al marcar la presencia de una «Serie», así como al integrar una numeración. Desde allí, se evoca la intención de guiar al receptor visual en un camino. Se está ante una parte de la «lección» sobre el esfuerzo llevado a cabo durante el proceso bananero. Pero hay mucho más que ello. Cabe señalar que la interpretación de este ejemplar se apoya en la lectura iconológica de toda la «Banana series», que consta de doce cartones que respaldan las propuestas aquí expresadas.



Figura 18a. Tarjeta postal Banana Series núm. 6 «Hauling Bananas to Railway Track», de D. D. Gomes Casseres, Puerto Limon, Costa Rica, c. 1907-8

El significado lo integran el hombre blanco, el hombre de color, la naturaleza aprovechada, el uso de herramientas, como el acero de los rieles y de los carromatos, que en conjunto dan como significante el progreso. Su mensaje está cifrado por parte del fotógrafo, con la connivencia del hombre blanco que aparece allí (Figura 18b). Pero no solo participan esos elementos. Tiene que pasar por filtros muy agudos. La selección

debió ser parte de una tarea realizada por figuras que se sitúan en niveles jerárquicos más elevados. Superada esa filtración, el conjunto o el individuo que toma las decisiones de edición es quien emite la información, luego de acordar la estructura del mensaje visual enviado a ese público que ya se tiene bien identificado de antemano. También de antemano se determina lo que debe enviarse a dicho público.

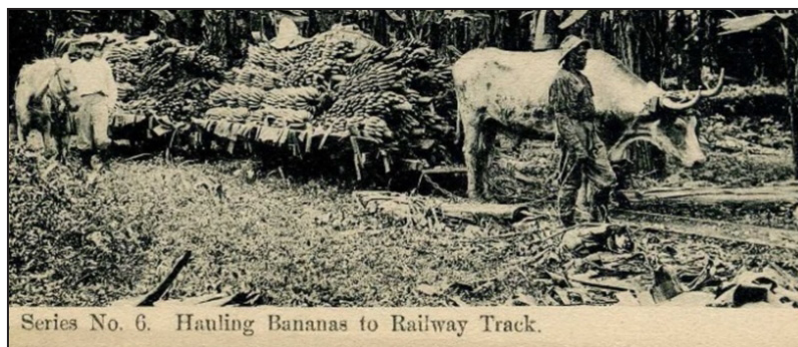


Figura 18b. Detalle de la tarjeta postal «Hauling Bananas to Railway Track»

El paisaje que sirve de escenario, la vestimenta, hasta ciertos gestos, son significantes que el creador y el impulsor de las postales elige de manera cuidadosa. No obstante, debe resaltarse que existen infinidad de aspectos que se escapan de sus manos. No ejerce un control amplio sobre lo que constituirá la imagen. Están allí signos que no fueron determinados de manera consciente por el fotógrafo, y que pasaron desapercibidos aun para los observadores encargados de la revisión y aprobación, o en su caso censura. Eso se explica por lo que Roland Barthes define como el carácter polivalente de los elementos incluidos en un discurso visual (Barthes 2011: 30).

Tales elementos pueden expresar varios significados. Un ejemplo que pretende ser ilustrativo es el hecho de que el movimiento de la pierna izquierda del hombre negro se haya incluido con la intencionalidad de dar dinamismo a la actividad del transporte bananero hacia las estaciones de embarque ferroviario, mientras que ahora lo leemos como instrumento que permite sostener que se trata de una prueba fehaciente de la manipulación que se hace con el discurso visual (Figura 18c). Tal movimiento significa, por lo tanto, también opresión, desconsideración a las decisiones del «otro», su posición de subordinado. Simboliza la obediencia, una presencia no determinada por el propio deseo del hombre de color, sino definido por un orden, por un mandato.

Las posturas de ambos individuos son contrastantes y, al mismo tiempo, indicativas de los roles que juegan en el discurso visual de la toma fotográfica. Mientras que el negro mira hacia delante de él, siguiendo la dirección mantenida por el buey y por las propias vías, donde se montan los carromatos, mantiene una posición que simula movimiento. Su pierna izquierda se adelanta, como ya dijimos, simulando que da un paso. Sin embargo, es posible definir que se trata simplemente de una postura forzada por el hecho de que el hombre «blanco» está estático, a la espera de

la captura del momento fotográfico. Asimismo, otro posible indicador de la inmovilidad del hombre de color la ofrece la cadena con la que el buey tira del carricoche. Se encuentra sin tensión, es decir que se mantiene holgada; así como el animal de tiro no muestra movimiento alguno.



Figura 18c. Detalle de la tarjeta postal «Hauling Bananas to Railway Track»

En la imagen se presenta la deplorable condición de las ropas del trabajador negro. Resalta el color oscuro de su vestimenta, sobre todo al mirar la camisa resplandeciente del hombre del caballo. Este mira directamente a la cámara y denota su actitud de espera. Los racimos colocados detrás de él ocupan un lugar que podría ubicárseles como representaciones del pago obtenido por los logros del «progreso obtenido» (Figura 18d).



Figura 18d. Detalle de la tarjeta postal «Hauling Bananas to Railway Track»

A diferencia del trabajador, el hombre blanco lleva botas que llegan casi hasta la rodilla. Viste ropa pulcra, pulcritud que también se denota con su bien afeitada barba. Mira fijamente al fotógrafo. Hay un contacto directo. Es una especie de complicidad entre pares. Hay confianza en ese intercambio de miradas. Al tiempo que respeta las indicaciones del profesional de la cámara, él mismo se siente respetado en tanto que espera la captura sabiéndose representante de la gran compañía, de la Mamita yunai. No se incomoda, pues indudablemente había sido informado de que se llevaría a cabo la sesión de fotos en las que él estaría integrado. Este aspecto permitió que le diese tiempo de pensar en cómo vestirse, afeitarse y hasta elegir el caballo que iba a cabalgar.

Su «destino manifiesto» hace ver como natural que el hombre blanco sea quien tenga el poder sobre lo que se debe hacer. Es él quien controla las acciones, es la mente que dirige, mientras que los demás elementos participantes de la escena –el animal de tiro, el tendido sencillo del carronato, el caminar del negro– son parte precisamente de eso, de una escenografía. La representación en la postal permite apreciar una construcción y legitimación, consciente o no, del dominio «blanco» sobre los «no blancos». Es un discurso iconográfico con la pretensión de legitimar un beneficio que «unos» logran alcanzar mediante el aprovechamiento de la presencia de los «otros».

Así, cuando miramos el ejemplar de la postal fotográfica «Hauling Bananas to Railway Track» (Banana Series No. 6), muy a pesar de que los propios creadores hubiesen querido suponer que no se trataba de una representación racial, se corrobora que las postales sí demarcan la permanencia de una discriminación, reflejada no solo por el color de la piel, sino también a través de las características expresadas en otros aspectos, como los laborales, los de la vestimenta, los gestos y hasta las ubicaciones en las representaciones visuales, como las más sobresalientes. Esta postal expresa lo que se aprecia en muchas otras, es una especie de «espectáculo de la diferencia» (Blanchard 2016: 13), a través de la cual se explica de manera visual la dominación y supremacía del blanco sobre ese «otro», al que se le ubica como si estuviera en exhibición. Las tarjetas postales –como cualquier imagen de la época– contribuyen con su existencia a la fabricación de una mirada occidental sobre el mundo. Es fácil identificar un proceso de teatralización que elabora imágenes que respondan a la intención de colocar la presencia del blanco como un ser «naturalmente superior» (Blanchard 2016: 19, 21).

El vestuario que aparece en las postales determina la condición de inferioridad del trabajador con respecto al hombre blanco, quien, como persona «superior», debe aparecer pulcro, altivo, seguro, toda vez que encarna la imagen del progreso. El «otro», desde la perspectiva occidental, deberá seguir la senda propuesta por el representante de poder, única vía para lograr el progreso personal y colectivo. Mientras tanto debe someterse a su naturaleza de subalterno.

La presencia del funcionario de la UFCo es representativa del poder que determinó la captura fotográfica. Es la personificación de la UFCo misma. Así entonces, se trata de una autorrepresentación. Lo cual no sucede con el personaje trabajador,

quien se incorpora como «un otro», pero sin la intención de que ese sea el motivo de su presencia. Se le pide entrar en escena, o mejor dicho se le ordena, simplemente, en tanto que sirve como parte de la representación que se quiere hacer del hombre blanco.



Figura 18e. Tarjeta postal de Breedy Cousins, Port Limon. Se trata de la misma tarjeta fotográfica, pero coloreada, en la que no aparece la autoría de Gomes Casseres

Todas las escenas de las postales vinculadas a las bananeras pudieran catalogarse como construcciones visuales en las que se quiere exaltar el trabajo, son manifestaciones de elogio a las labores agrícolas y comerciales, sin embargo, en aquellas en donde aparecen hombres blancos, estos no se presentan en verdaderas escenas de trabajo físico. Su posición de poder les impone como sujetos superiores. Es él y lo que él representa lo que se valora en la imagen. El «otro», dentro de ese imaginario occidental, aparece en escena, pero su participación es secundaria, es un subalterno dominado, confinado a su trabajo, a servir al amo y soportar el no verse valorado. Es parte de la representación modelo, del imaginario que se ofrece y que pretende que sea visto como el futuro ya en vigor, cuando en realidad la consideración que se le da es evidentemente dolorosa.

Se ha incluido un ejemplar en donde aparece la misma imagen fotográfica del cartón firmado por Gomes Casseres (Figura 18a), con la intención de mostrar que son varios los derroteros seguidos en la investigación sobre imágenes circuncaribeñas (Figura 18e). La existencia de plagio en la producción de postales fotográficas trae a la mesa de reflexión el asunto de la manifestación de una ética vinculada al proceso constructivo de las imágenes, así como a una ética también vinculada a la interpretación de ellas. En el primer espacio, existen varias aristas que se pueden mencionar. Una de ellas es la que corresponde a la responsabilidad que tiene el

creador directo, o bien el individuo que define finalmente el tipo de imaginario representado. ¿Cuál es el respeto que se tiene hacia la captura de la realidad?, ¿cuáles los elementos que manipula para dar un sentido a la iconografía?, ¿hasta qué punto coincide el momento fotográfico, o fotografiado, con lo que se tiene en mente como intención de la representación? Estas tres, entre muchas, son algunas de las preguntas que se podrían explorar para poder afianzar una idea sobre la ética que se hace presente en los vestigios postales que usaron la fotografía como mecanismos de apoyo a lograr la intencionalidad predeterminada. Aquí, como se prueba a lo largo de este texto, «que las imágenes se prestan al abuso y al engaño con más facilidad que el lenguaje verbal, sería más importante todavía insistir en una ética y una política de las imágenes, así como damos por sentado que hay una ética del habla y la lectura» (Huysen 2009: 16).

La proyección occidental del «otro» es un espacio en el que participan los propios individuos que pertenecen a tal «otredad». Es decir que los creadores de tarjetas postales fotográficas, así como de muchas imágenes de las zonas bananeras, y aun cuando se trate de creadores locales, juegan un papel de reproducción del estereotipo con que es visto todo el Circuncaribe: a saber, un territorio bananero por excelencia, cuya mirada se construyó, y se adaptó a toda la región, a partir de la influencia del imaginario promovido por los extranjeros (Pérez Montfort 2011).

5. Conclusiones

Las imágenes de las postales fotográficas podrían definirse, en resumen, como puestas en escena que tienen la intención de alcanzar un aire de autenticidad, que quieren dar la sensación de una presencia innegable de realidad. Para ello, el hecho de atraparse in situ resulta de vital significado, así como su preparación específica que incluye el uso de accesorios, o bien la predeterminación de posiciones precisas y de paisajes que pretendan emanar un ambiente «más natural». Su inserción en las postales fotográficas es una manera propicia para exponer esa visión de «realidad» que desde la mirada occidental se estaba construyendo sobre el Circuncaribe. Fortalecen a esas postales que encarnan de una manera simbólica bastante clara, hay que decirlo, la jerarquía existente entre los individuos que estuvieron dentro del proceso de neocolonización. Su estudio permite vislumbrar cómo con la representación de un «otro» lo que se hace es afirmar la superioridad del «uno»; así como ahora ayudan a comprender la contribución que su análisis tiene para el conocimiento histórico, social y cultural.

Para todos los lectores, es claro y bien conocido el viejo enfrentamiento entre la fuerza de las palabras y el aporte que proviene de las imágenes; así como entendido el privilegio que se ha dado generalmente a la palabra. No obstante, ante la necesidad de mostrar que existen múltiples vestigios para generar conocimiento histórico, es una obligación echar mano de ellos, e incorporarlos en las nuevas interpretaciones. Pensando en esa obligación señalada por Andreas Huyssen, y que referí in extenso en el epígrafe, es que destaco la potencialidad contenida en las tarjetas postales fotográficas sobre las que reflexiono como una fuente sobresaliente para alimentar la

memoria. «No hay memoria sin imágenes», nos dice el pensador, así como «no hay un conocimiento sin posibilidad de ver, aún si las imágenes no pueden proporcionar un conocimiento total» (Huysen 2009: 15). Aquí entonces se confirma que las postales son materiales que contienen expresiones de cómo los ojos occidentales han percibido y representado al mundo; que son lugares de memoria que, por lo mismo, mantienen una vital importancia como artefactos de donde se puede entresacar todo un caudal informativo que las conforma, con lo cual son potencialmente contribuyentes en la tarea de acrecentar sólidas interpretaciones de la historia.

Debemos terminar afirmando que, por más que se incluya la lectura de miles y miles de postales fotográficas, el conocimiento de la mirada sobre el Circuncaribe, sobre su memoria, siempre permanecerá inconcluso, «rasgado por vacíos y silencios» (Huysen 2009: 19)⁴, muchos de ellos, desafortunadamente, demasiado dolorosos. La historia del Circuncaribe no está terminada, debemos plantear una negativa ante tal idea conclusiva. El mecanismo es dar dinamismo a las interpretaciones, las cuales deben formularse de manera reiterada, mantener la renovación. Convencidos de que las imágenes dentro de las postales fotográficas son muy importantes para recordar el pasado, también estamos convencidos de que su estudio, de que rescatarlas como lugares de memoria, es una tarea indispensable para construir una propuesta de un mundo mejor, de un futuro de verdadero progreso amplio. Así, con este trabajo se razona sobre el papel de las imágenes, en este caso en un medio de comunicación como lo es la tarjeta postal fotográfica de hace una centuria en el Circuncaribe, para reconstruir un pasado nada grato; para discernir la relación entre la memoria y la historia.

Referencias bibliográficas

- AMAYA, Jorge Alberto (2018), «La banana republic: imaginarios bananeros de la identidad hondureña representados en 100 tarjetas postales», *Hegemonía* 24, 110-259.
- BARTHES, Roland (2011), «El problema de la significación en el cine», en *La torre Eiffel. Textos sobre la imagen*, Madrid: Espasa, 27-34.
- BLACK, Jeremy (1998), *Maps and History. Constructing Images of the Past*, New Haven, Connecticut: Yale University Press.
- BLANCHARD, Pascal (2016), *Zoos Humains. L'invention du sauvage*, Liege: Centre d'Action Laïque de la Province de Liege.
- FALLAS, Carlos Luis (1941), *Mamita Yunai*, Santiago de Chile: Nascimento.
- HANDY, Jim (1996), «Enfrentándose al pulpo. Nacionalismo económico y cambio político en Guatemala y Costa Rica en la década de 1920», *Mesoamérica* 17(31), 11-39.
- HUYSEN, Andreas (2009), «Medios y memoria», en FELD, C. – STITES MOR, J. (comps.), *El pasado que miramos. Memoria e imagen ante la historia reciente*, Buenos Aires: Paidós, 15-24.
- MENA, Lucila Inés (1972), «La huelga de la compañía bananera como expresión de lo "Real Maravilloso" americano en Cien años de soledad», *Bulletin Hispanique* 74(3-4), 379-405.
- MONTELLANO BALLESTEROS, Francisco (1998), *Charles B. Waite. La época de oro de las postales en México*, México: Consejo Nacional para la Cultura y las Artes.

⁴ Referencia que toma en alusión a Shoah, la película de Claude Lanzmann.

- PAGEAUX, Daniel-Henry (2009) «América latina / Europa: miradas cruzadas», *Aleph* 23 (América latina y los estereotipos), 15-30.
- PÉREZ MONTFORT, Ricardo (2011), «Postales de las Antillas. Estereotipos y negros en la imagen comercial del Caribe, 1900-1950», en ÁVILA DOMÍNGUEZ, F. - PÉREZ MONTFORT, R. - RINAUDO, C. (coordinadores), *Circulaciones culturales. Lo afrocaribeño entre Cartagena, Veracruz y La Habana*, México: CIESAS, 115-146.
- PÉREZ VEJO, Tomás (2006), «Imágenes e historia social: una reflexión teórica», en CAMACHO NAVARRO, E. (coord.), *El rebelde contemporáneo en el Circuncaribe. Imágenes y representaciones*, México: Centro coordinador y difusor de estudios latinoamericanos, UNAM, Edére, 65-82.
- RICORD, Humberto E. et al., (1974), *Panamá y la frutera. Análisis de una confrontación económico-fiscal. Una batalla contra el colonialismo*, Panamá: Editorial Universitaria de Panamá.

