

Vistas de la montaña. Tarjetas postales y consumo visual amazónico en el Perú de entresiglos (1896-1919)

Mountain Views: Postcards and Visual Consumption of the Amazon in Turn-of-the-Century Peru (1896-1919)

Juan Carlos La Serna Salcedo

Ministerio de Cultura del Perú / Universidad Nacional Mayor de San Marcos Lima, Perú

Contacto: jlaserna@cultura.gob.pe

<https://orcid.org/0000-0002-0350-3709>

RESUMEN

Durante el período de entresiglos, las tarjetas postales ilustradas se convirtieron en un instrumento clave para la difusión de imágenes de la Amazonía peruana. A través de estos artefactos gráficos, las élites modernizadoras regionales y nacionales proyectaron representaciones que combinaron el exotismo del paisaje y la población indígena con sus ideales de progreso y prosperidad material. Inicialmente, la circulación de imágenes amazónicas en medios impresos se restringía a un público escaso, a través de publicaciones ilustradas y clichés impresos sobre papel fotográfico. Sin embargo, la producción masiva de postales facilitó su incorporación a circuitos de consumo más amplios, incluyendo comerciantes, viajeros, militares, profesionales letrados y coleccionistas. Editores como Guillermo Stolte y Eduardo Polack seleccionaron vistas que reflejaban los avances en la construcción de infraestructura y la expansión de la frontera interna amazónica, alineándose con los discursos de modernización de las élites políticas e intelectuales de la época. En la ciudad de Iquitos, epicentro del comercio del caucho, fotógrafos como Manuel Rodríguez Lira y la sociedad Lira & Gil imprimieron postales con escenas urbanas, infraestructura y grupos indígenas. Estas imágenes circularon ampliamente en el país y el extranjero, reforzando la narrativa de civilización y progreso promovida por los empresarios loretanos, contribuyendo a su vez con la construcción de un imaginario nacional sobre la selva como un espacio integral del proyecto de modernización de la República Oligárquica (1896-1919).

Palabras clave: Tarjetas postales; Imaginario visual; Amazonía peruana; Representación indígena; Modernización; Circulación transatlántica; Fotografía histórica.

ABSTRACT

During the turn of the century, illustrated postcards became a key medium for disseminating images of the Peruvian Amazon. Through these graphic artifacts, regional and national modernizing elites projected representations that combined the exoticism of the landscape and indigenous populations with their ideals of material progress and prosperity. Initially, the circulation of Amazonian imagery in printed media was limited to a select audience, via illustrated publications and clichés printed on photographic paper. However, the mass production of postcards facilitated their incorporation into broader consumption circuits, reaching merchants, travelers, military personnel, literate professionals, and collectors. Publishers such as Guillermo Stolte and Eduardo Polack selected views that reflected advancements in infrastructure and the expansion of the internal Amazonian frontier, aligning themselves with the modernization discourses promoted by the political and intellectual elites of the time.

In the city of Iquitos —the epicenter of the rubber trade— photographers such as Manuel Rodríguez Lira and the firm Lira & Gil printed postcards depicting urban scenes, infrastructure, and indigenous groups. These images circulated widely within Peru and abroad, reinforcing a narrative of civilization and progress promoted by Loreto entrepreneurs. In doing so, they contributed to the construction of a national imaginary that framed the Amazon as an integral space within the modernization project of the Oligarchic Republic (1896-1919).

Keywords: Postcards; Visual Imaginary; Peruvian Amazon; Indigenous Representation; Modernization; Transatlantic Circulation; Historical Photography.

1. Introducción

A través de la Dirección General de Correos y Telégrafos, en septiembre de 1898 el gobierno peruano contrató con la imprenta de Guillermo Stolte, un empresario peruano-alemán activo en Lima, la edición de la primera serie postal con “motivos peruanos” producida en el país. Este artefacto gráfico para entonces estaba fuertemente incorporado en los hábitos de consumo y sociabilidad burguesa europeos y norteamericanos. Así, permitió la exposición y consumo de un conjunto de imágenes referidas al Perú ante un público amplio, respondiendo a los intereses de las élites modernizadoras, deseosas de exhibir determinados escenarios nacionales, correspondiendo —y en otros casos confrontando— las imágenes y narrativas exotizantes que, a lo largo del siglo XIX, las sociedades del norte industrial produjeron acerca del “país de los incas”. Con ello, estas élites reafirmaron su rol protagónico como actores centrales de las iniciativas de reconstrucción y en favor del progreso material de la nación.

Desde inicios del siglo XIX, la industria editorial y gráfica europea y norteamericana había producido y distribuido diversos tópicos visuales referidos al Perú. Ello se realizó por medio de una serie de objetos impresos que van del grabado, la literatura de viajes, la prensa ilustrada, las *cartes-de-visite*, a las fotografías estereoscópicas y los clichés impresos al carbón o en papel albúmina. De este modo, se crearon colecciones y álbumes que fueron dando forma a una idea del Perú a escala global. Empero, la circulación de estas imágenes fue todavía escasa, limitándose a las élites letradas y a una clase media profesional en ascenso. Será con el arribo de la cartulina ilustrada, y la amplia circulación que esta alcanzó en nuevos públicos a ambos lados del Atlántico, que terminaron de fijarse determinados tópicos dentro de los imaginarios y las narrativas visuales sobre el Perú en las primeras dos décadas del siglo XX. Y si bien algunas empresas editoriales europeas sacaron al mercado series postales que incluyeron imágenes con motivos peruanos, fueron los “empresarios de la imagen” del país los que se interesaron tempranamente por la producción masiva de estos objetos, seleccionando un conjunto de clichés que, al tiempo que respondían a

la curiosidad y demanda externa —la extrañeza del paisaje andino y amazónico o la diversidad étnica—, correspondieron también a los intereses de las élites políticas, intelectuales y empresariales peruanas por divulgar determinados escenarios y dinámicas, propios de una época de expansión económica. Así, los bosques amazónicos, la monumentalidad incásica, los puertos costeros, las modernas construcciones urbanas de Lima y sus alrededores o las obras de infraestructura ferroviaria y portuaria constituyeron algunos de los escenarios que la tarjeta postal terminó por reproducir, distribuir y posicionar en un circuito transatlántico.

De tal forma, muchas de las imágenes que fueron integradas en las tarjetas postales, impresas en el Perú o en el extranjero a pedido de editores del país, circularon paralelamente en otros soportes impresos y expositivos: en la prensa ilustrada, en clichés fotográficos expendidos en las casas fotográficas, librerías y comercios de ciudades como Lima, Arequipa, Cusco, Iquitos, Puno y Trujillo, o en las publicaciones oficiales y científicas editadas por el gobierno peruano. De igual modo, estos mismos clichés fotográficos fueron incluidos en colecciones que se exhibieron en oficinas de propaganda, ferias y exposiciones públicas en diversas regiones del país o en el extranjero, para promover la inmigración, la inversión extranjera o la naciente industria del turismo.

A escala nacional, la postal jugó un papel más importante al despertar el deseo de las élites propietarias y las clases medias profesionales por conocer, domesticar y poseer el paisaje interior. Ello en un ejercicio de dominio simbólico del territorio y la población, una vez que estas cartulinas, seleccionadas para su remisión o incluidas en colecciones personales, pusieron al alcance del público diversas imágenes referenciales del Perú, en un contexto que vio posicionarse una lectura positivista y burguesa sobre el progreso material del país y su incorporación al “concierto de las naciones” modernas.

El objeto del presente artículo es reflexionar acerca de las representaciones sobre el paisaje y la población amazónica reproducidas en las primeras series postales editadas en el Perú de entre siglos, resaltando la relación que estos artefactos

visuales tuvieron con los proyectos amazonistas regionales y nacionales, asociados a la domesticación del “salvaje” y la integración del territorio interior al proyecto modernizador de la República Oligárquica (1896-1919).

2. La tarjeta postal como instrumento de una política visual

Las tarjetas postales ilustradas, distribuidas internacionalmente como *postcards*, y conocidas también como cartulinas ilustradas, pueden definirse como un tipo de producto del capitalismo impreso, un objeto editado “sobre un soporte semirrígido destinado a un uso postal para una correspondencia breve al descubierto”¹ que ofrece al remitente la posibilidad de transmitir, además de un mensaje textual, contenidos gráficos puntuales, a partir de un repertorio de motivos visuales seleccionados por los editores, desde actos conmemorativos religiosos, cívicos o políticos, símbolos y figuras nacionales, vistas de paisajes, monumentos, tipologías costumbristas o etnográficas, entre otros. Las primeras postales ilustradas empezaron a circular en 1870 y, como otras tecnologías de la imagen, su temprana producción y consumo se limitó a las élites letradas y burguesías europeas y norteamericanas, extendiendo progresivamente su consumo hacia un público más amplio, producto de las mejoras técnicas que favorecieron el abaratamiento de su costo de producción y circulación, así como la expansión de la alfabetización (López Torán, 2017).

Las postales fueron especialmente funcionales a las iniciativas de propaganda empresarial, nacionalista e imperialista, por lo que favorecieron el posicionamiento de determinados discursos visuales sobre el territorio, la naturaleza, la monumentalidad y la población en públicos amplios, de tal manera que las geografías se exponían de manera atractiva, presentándolas como realidades deseables y, potencialmente, susceptibles de ser poseídas. Los gobiernos entendieron el valor que representaron estas tarjetas, al igual que otros artefactos impresos y gráficos, en la construcción de las identidades nacionales y la consolidación de sus proyectos estatales y coloniales, desde vistas de la particularidad territorial, el folclore local y otras de carácter histórico o gubernamental².

El alto aprecio que este artilugio postal adquirió con los años favoreció su consumo masivo, al tiempo que la cartulina, como artefacto cultural, se incorporó en los hábitos de la ascendente sociedad burguesa, tanto en los intercambios ligeros entre familiares, amigos y colegas —una práctica que permitió reafirmar las redes sociales, los afectos y los lazos de pertenencia—, como en el coleccionismo *amateur* de cartulinas, práctica asociada al prestigio de una élite que se vio a sí misma como depositaria de los nuevos hábitos modernos en los que el uso cotidiano de las tecnologías —el vapor, el telégrafo, la fotografía o la prensa escrita— adquirió un valor excepcional en los afanes de exponer su rol protagónico en la *cruzada civilizatoria*. Esta exigía proyectar una idea del progreso y la modernización material más allá del interior doméstico, ahora a escala global, producto del impulso comercial capitalista, la expansión colonial o el desarrollo de la ciencia imperial, especialmente cuando empezaron a seleccionarse e imprimirse postales con vistas y motivos referidos a diversos pueblos y paisajes del mundo extra europeo.



Figura 1. “La Poste au Pérou” [el correo en el Perú]. Tarjeta postal ilustrada sin usar. Este ejemplar es parte de una serie de cartulinas dedicadas al servicio de correo en el mundo, editada por Kunzil Frères, Editéurs, con motivo de la Exposición Universal de 1900. Colección Jean-Pierre Chaumeil (París).

La expansión del consumo de tarjetas postales es consecuencia de los avances en diversas áreas de la tecnología fotográfica y la industria del impreso, que permitieron abaratar el costo de producción de imágenes y facilitar su circulación. Abriendo una inmensa oportunidad de negocios, no solo para fotógrafos profesionales, sino también a impresores, “entusiastas de la cámara” y otros emprendedores que despertaron al interés comercial de las tarjetas y decidieron editar sus propias series ilustradas (Valentin, 2009, p. 158). La expansión del uso de la tarjeta postal es también producto del mejoramiento en los sistemas de transporte y comunicación, en especial la carga marítima y de los ferrocarriles. Hinnerk Onken ha insistido en destacar el incremento de los intercambios en un ámbito transatlántico, producto del mayor flujo económico, cultural y humano del período de entresiglos (2014, pp. 48-49). Inicialmente, la tarjeta postal viajó desde Europa y los Estados Unidos con dirección a Latinoamérica, destinada al consumo de un público mayormente urbano, integrado por inmigrantes, las élites propietarias y los miembros de las nacientes clases profesionales.

Más adelante, la producción de series postales en países como México, Argentina, Brasil o el Perú diversificó el desplazamiento de los objetos, una vez que las cartulinas —ahora con motivos latinoamericanos— permitieron el recorrido inverso de la comunicación visual, desde América hacia Europa y el resto del mundo. Su uso se expandió considerablemente en las primeras décadas del siglo XX, período que la historiografía especializada ha denominado como los “años dorados” de la tarjeta postal (Fernández, 1994). Gracias a la aparición de novedosas técnicas, desde las litografías monocromáticas a los fotograbados en color, la calidad y el detalle artístico de las postales fue mejorando notablemente, lo que reafirmó su valor en la construcción de un imaginario burgués sobre el mundo³. A este punto, es válido afirmar que, para inicios del siglo XX, ningún otro formato impreso había sido tan decisivo en la creación de una conciencia planetaria visual europea (Chernela y Pereira, 2018, p. 11).

La producción de imágenes mecánicas —fotografías, grabados, cartulinas ilustradas, pren-

sa gráfica— con motivos americanos respondió, en parte, a la curiosidad noratlántica por esta región del mundo, destacando determinados paisajes, monumentos y tipologías étnicas. Muchas veces, estas fueron producidas por artistas europeos y norteamericanos asentados en las principales ciudades y puertos comerciales de la región, como Buenos Aires, Valparaíso, el Callao, La Paz, Ciudad de México, Guayaquil o Arequipa. De igual modo, los editores de tarjetas postales, muchos de ellos inmigrantes dedicados a la importación de bienes manufacturados, tuvieron facilidades para involucrarse en el negocio de la edición gráfica, una vez que poseían los contactos que les permitió comisionar la elaboración de estas cartulinas en las imprentas europeas, además de participar de espacios de sociabilidad y contar con redes que les permitieron ser reconocidos por los viajeros e inmigrantes, al tiempo que el público local identificaba en estos editores-fotógrafos determinados atributos, como el emprendimiento y los valores progresistas, favoreciendo el consumo de las cartulinas dentro de los mercados nacionales.

3. Cartulinas ilustradas sobre el Perú: producción y consumo a escala transatlántica

Para la década de 1890 los intercambios de tarjetas postales eran una práctica común para el público letrado peruano. Su uso fue más intenso entre individuos y familias que contaban con contactos en el norte industrial, donde este nuevo hábito se había difundido previamente. Desde finales de la década de 1870, el Perú había hecho esfuerzos por integrarse dentro del sistema global de circulación postal promovida por la Unión Postal Universal, que buscó estandarizar el formato y las condiciones para la remisión de cartulinas (Moll, 1999).

En 1880, las primeras tarjetas postales —todavía sin contenido ilustrado— fueron confeccionadas a pedido del gobierno peruano por la American Bank Note Company, con sede en Nueva York (Moll, 1999, pp. 4-5). Desde entonces, la Dirección General de Correos y Postas —dependiente del Ministerio de Gobierno y Obras Públicas y, más adelante, reorganizada como Dirección General de Correos y Telégrafos, adscrita al Ministerio de Fomento (creado en 1896)—, es-

tableció las disposiciones para la regulación de la producción y comercialización de estas tarjetas, resolviendo las condiciones y tarifas para su uso general. Estas cartulinas, conocidas como “enteros postales” eran puestas a la venta en las oficinas de correos instaladas en diversas localidades del país. Una vez que el consumo fue creciendo, la Administración de Correos realizó nuevos pedidos a la American Bank Note hasta que, en 1898, se decidió contratar la impresión de las cartulinas con una empresa editora nacional.

Para entonces, algunos empresarios vinculados al mundo de la prensa y la producción gráfica limeña mostraron interés por las posibilidades comerciales de las cartulinas. Es el caso del comerciante y editor Guillermo Stolte, peruano de padres alemanes, propietario de la Casa Stolte, que incluía una tienda de importaciones y un establecimiento de impresión y encuadernación que estuvo activo entre las décadas de 1890 y 1910. Desde 1898, Stolte publicaba regularmente la revista gráfica *Lima Ilustrado*, donde se innovó en el uso de imágenes fotográfadas (La Serna y Chaumeil, 2016).

Desde esta publicación periódica, Stolte, al igual que otros empresarios asentados en Lima, mostraba el entusiasmo generado por las iniciativas gubernamentales en favor de la inversión extranjera y las obras de infraestructura, especialmente en sectores como la minería, la agricultura de exportación, los ferrocarriles, los puertos y la colonización de la montaña. Este hecho se refleja en la reproducción de fotograbados de las obras de infraestructura o la modernización tecnológica de las haciendas y centros mineros⁴. En relación con la domesticación de la frontera interna, *Lima Ilustrado* incluyó diversas imágenes sobre la Amazonía, en especial vistas de la construcción del Camino del Pichis y las más significativas exploraciones realizadas en la década de 1890, como la Comisión Militar Yessup (1896), la expedición del prefecto ayacuchano Pedro Portillo (1900) o las misiones científicas organizadas por la Sociedad Geográfica de Lima (fundada en 1888).

En septiembre de 1898, la Dirección General de Correos y Telégrafos celebró un contrato con William Stolte a fin de establecer la impresión de tarjetas ilustradas con “vistas de la República”, tal

como se producían en Europa, Estados Unidos y otros países de Latinoamérica⁵. La prensa anunciaba la impresión de estas tarjetas y la necesidad de ponerlas en circulación en una fecha prudente, una vez que el público tenía la costumbre de adquirirlas y remitirlas con motivo de las fiestas de fin de año⁶. En una nota publicada en *Lima Ilustrado* se señala que, con este motivo, se estableció que las cartulinas debían salir a la venta el 10 de noviembre y que, al igual que las antiguas tarjetas de enteros postales sin ilustraciones, estas servirían para “el servicio postal tanto urbano, como del interior y el exterior”⁷.



Figura 2. “El río Tulumayo – Vitoc – Chanchamayo”. Postal ilustrada con motivo amazónico, editada por William Stolte, 1898-1899. Colección particular.

Al año siguiente, en una nota publicada en *El Nacional*, se destaca la iniciativa de la Dirección General de Correos y Telégrafos de editar nuevamente tarjetas postales ilustradas en el país, cartulinas que eran “más artísticas y de mejor clase que las hechas en el extranjero, a la vez que más baratas”. Tras el éxito comercial de la primera serie ilustrada, se decide repetir el procedimiento: “[c]omo en el año anterior, las nuevas tarjetas postales, cuyo trabajo es más esmerado ahora, se imprimen en los talleres tipográficos de don Guillermo Stolte”⁸. Según se anunciaba en *Lima Ilustrado*, fueron 40 vistas las que se incluyeron en la primera serie postal impresa en 1899⁹.

En su inmensa mayoría, los grabados se basaron en clichés fotográficos tomados por el alsaciano Charles Kroehle, quien durante la década de 1890 mantuvo estrechas relaciones con empresa-

rios editoriales, miembros de las comunidades alemana y francesa asentados en Lima, así como con personalidades vinculadas al gobierno pierolista¹⁰. Para entonces, Kroehle disponía de las fotografías de su viaje al “interior septentrional” amazónico del país, clichés de las regiones mineras, puertos y balnearios, ciudades costeñas, además de un amplio repertorio de vistas de Lima, Callao, Barranco y Chorrillos, algunas de las cuales fueron publicadas en la prensa gráfica limeña (sobre todo en *Lima Ilustrado*) y se integrarían al álbum *Lima y sus alrededores*, editado a pedido de la empresa La Acumulativa, en 1899 (La Serna, 2018).

La imprenta Stolte continuó dedicándose a la producción y expendio de tarjetas hasta los primeros años de 1900¹¹. Para entonces, otros editores limeños se interesaron en el negocio de las cartulinas con vistas del Perú. En algunos casos, los editores decidieron la confección de sus postales en reconocidas imprentas europeas, activas en ciudades como París, Leipzig, Dresde o Praga, donde la calidad de estos productos y procesos técnicos fotográficos era muy superior a la que podían ofrecer las imprentas del país. La revisión de las tarjetas postales editadas por Stolte denota una baja resolución del grabado, producto de la limitada capacidad tecnológica de su imprenta para este tipo de arte. Así, las imágenes que se incluyen en sus tarjetas son monocromáticas (editadas en cuatro colores distintos, dependiendo del valor del franqueo), fueron trabajadas a través de fotograbados, en un formato similar al que se observa en las imágenes que aparecen en las revistas ilustradas (*Lima Ilustrado*, *Monitor Popular*, *El Porvenir del Perú*), hecho que seguramente impactó negativamente en el público, entonces acostumbrado al consumo de postales coloreadas y de mayor nitidez y calidad gráfica, como las que se editaban en Europa y circulaban en el país¹². Las postales producidas en Alemania y Francia, los centros de producción de grabados más importantes de la época, fueron las que rápidamente ganaron las preferencias del público y los editores nacionales.

Reconociendo esta situación y aprovechando los fuertes contactos que tenía en Europa, el empresario Julio Eduardo Polack Schneider destacaría tempranamente en la edición de tarje-

tas postales con motivos peruanos. Polack, de padre alemán, había nacido y vivido su juventud en Europa (Currarino y Paz de la Vega, 2017). Ya en Lima, se dedicó a diversos emprendimientos que incluían, además de la importación de equipos e insumos fotográficos y fonográficos, el expendio de estampillas y sellos postales de colección, y el cambio de monedas extranjeras, según se anota en algunos anuncios de prensa. Para marzo de 1899, Polack realizó un viaje a Europa en el que, según sus biógrafos, dio inicio a su producción de las tarjetas postales ilustradas (Currarino y Paz de la Vega, 2017). Esta fuente señala que Polack llevó consigo 250 “negativos fotográficos en vidrio” con diversas vistas de Lima y el interior del país. A su retorno al Perú, en enero de 1901, trajo entre sus pertenencias medio millón de tarjetas postales editadas en Alemania, probablemente en la imprenta Tienker & Cía., de la ciudad de Dresde.

Luego de su retorno a Lima, Polack se dedicó al expendio de sus tarjetas postales con “vistas del Perú” en su casa comercial, el Gran Bazar, que quedaba en los alrededores de la plaza de Armas. Así, las fuentes señalan que, hasta 1919, Eduardo Polack contrató la impresión de diversas series postales con vistas peruanas, que debieron incluir cerca de 1500 motivos. Los ejemplares ubicados permiten reconocer que las tarjetas se editaron en varios estilos y colores, algunas monocromáticas y otras bajo la técnica de tricromía. Estas series fueron impresas en ciudades como Dresde o Praga y, por la calidad de sus imágenes y preferencias del público limeño, Polack se convirtió en el más importante productor de postales con motivos peruanos de inicios del siglo XX¹³.

Las postales editadas por Polack no hacen referencia al origen de los clichés fotográficos. Solo en el caso de su sociedad con el alemán G. Morgenroth & Cía., con quien se afiliaría entre c. 1909-1911, las cartulinas anotan al autor de la imagen¹⁴. Fuera de ello, se reconoce el uso de clichés producidos por diversas comisiones de exploración geográfica que fueron remitidas al Ministerio de Fomento y a la Sociedad Geográfica de Lima, otras de Luis S. Ugarte, entonces al servicio de la Fotografía Francesa, o del fotógrafo Carlos Meyer, asentado en Chanchamayo (La Serna y Chaumeil, 2016).

Entrados a la década de 1900, la iniciativa de Polack de imprimir en el extranjero cartulinas es replicada por diversos empresarios en el país. Si bien la mayoría desarrolla sus actividades en Lima y el Callao, en ciudades como Arequipa, Iquitos y Cusco también surgieron emprendimientos de este tipo. En algunos casos, se trataba de fotógrafos conscientes de las posibilidades que las cartulinas ofrecen para diversificar los productos que ofertan a su clientela, en otros casos, son propietarios de imprentas y comercios que han adquirido fotografías para sus colecciones particulares y ven las posibilidades de negocios que significa el hábito creciente de intercambiar cartulinas en el público nacional, así como la mayor presencia de extranjeros interesados en la adquisición de material gráfico sobre el Perú. Así, casos como los de Luis Sablich en el Callao y Héctor G. Rosas en el Cusco parecen repetir la fórmula. Se trata de comerciantes que se dedicaban a la distribución de equipos e insumos fotográficos para un público local y que, a partir de esta cercanía a la tecnología, ven despertar un interés por producir sus propias series postales¹⁵.

Fotógrafos profesionales como Max T. Vargas, el más importante empresario de la imagen del sur andino de inicios del siglo XX, también se dedicaron a la producción de tarjetas postales. Vargas, quien a fines de la década de 1890 recorrió Cusco, Puno y el altiplano boliviano, editó una importante serie postal en Alemania, que se expendió en sus locales de Arequipa y La Paz, desde 1907 (La Serna, 2023, p. 343). En otros casos, los clichés tomados por artistas profesionales, como Charles Kroehle, Carlos Meyer o la Fotografía Francesa, fueron incorporados en series postales elaboradas por casas editoriales de la capital, como la librería de Benito Gil o la imprenta de Carlos Southwell.

En los manuscritos del arqueólogo Max Uhle, asentado en el Perú entre c. 1896 y 1911, se anota la existencia de diversos comercios limeños dedicados al expendio de series postales y fotografías impresas en papel albúmina con vistas de paisajes, monumentos, tipologías étnicas y costumbristas. Uhle, un entusiasta de los beneficios científicos de la técnica fotográfica y esforzado coleccionista de tarjetas postales y clichés en al-

búmina, logró reunir una significativa cantidad de cartulinas con motivos peruanos, algunas adquiridas para integrarlas a su colección —o para una remisión que nunca se realizó— y otras que corresponden a los intercambios que él y su esposa mantuvieron con diversas personalidades y amistades en el Perú y el extranjero (La Serna, 2023). Por ejemplo, en sus cuadernos de campo se señala la existencia de un catálogo en la “Polack Store” del Centro de Lima, donde los interesados podían realizar la selección de las postales que desearan, anotando el número o el título de los ejemplares elegidos¹⁶.

Para finales de la década de 1900, el impulso de la actividad turística generó un incremento significativo del consumo de vistas del Perú. Específicamente en Lima, Arequipa y Cusco, ciudades que centralizaron el temprano interés del turista extranjero, se produjeron series postales que eran ofrecidas en estudios fotográficos y comercios. En el caso de las ciudades del interior del país, las postales se asociaron también a los nuevos gustos burgueses y el consumo de las élites locales. Así, era común que en las tiendas dedicadas al expendio de productos extranjeros —entre ellos, los aparatos e insumos fotográficos y fonográficos—, así como en las librerías encargadas de la distribución y suscripción a la prensa nacional y extranjera, el público pudiera acceder a postales ilustradas con vistas del país, tal como ocurrió con la librería e imprenta Rozas del Cusco o con la librería “Amigos del País” de Cesáreo Mosquera, en Iquitos.

4. Producción, consumo y circulación de postales ilustradas en Iquitos (1900-1921)

El período de entresiglos, marcado por el apogeo de la actividad de extracción gomera en la Amazonía, vio consolidar el lugar protagónico de Iquitos no solo como centro del dinámico comercio del caucho producido en la inmensa “región de los ríos navegables” peruanos (Santos y Barclay, 2002), sino también posicionando a la ciudad-puerto dentro de las narrativas y representaciones nacionales sobre el espacio selvático. Es correcto afirmar que, hasta entonces, el imaginario amazonista presente en la esfera pública letrada del país, especialmente en el caso de

Lima, se centraba en los territorios montañosos de los departamentos serranos de Huánuco, Pasco, Ayacucho, Cusco y Junín.

El período de expansión económica de Iquitos, que la historiografía tradicional ha denominado como del *boom* del caucho (1880s-1910s), es un episodio crucial en la historia regional, en el que se redefine el lugar de la Amazonía dentro del proyecto estatal y transforma las características sociodemográficas de Iquitos y sus alrededores. Para nuestro tema de interés, el auge económico favoreció la expansión de la esfera pública y propició la emergencia de proyectos de tipo regionalistas que, al tiempo que cuestionaban las políticas centralistas impulsadas desde la capital, se esforzaron en integrar el *hinterland* loretano a la administración política y al dominio simbólico de las élites iquiteñas.

Diversos trabajos han resaltado el significativo dinamismo que alcanzó Iquitos en el período de entresiglos, con una dinámica comunitaria de inmigrantes, entre españoles, franceses, portugueses, colombianos, británicos, alemanes, judíos, brasileños, chinos, árabes y norteamericanos; la presencia de representantes consulares de diez países, además de importantes casas comerciales y sucursales de empresas navieras foráneas⁷. Al igual que en otras regiones en el país, los extranjeros, desde los que denunciaron la posesión de “tierras de montaña”, hasta aquellos técnicos y administradores que se desempeñaron en diversas iniciativas comerciales, en el transporte fluvial o en las obras de infraestructura, provenían de una experiencia cultural en la que el uso de la tarjeta postal, la prensa ilustrada, el coleccionismo de imágenes impresas, el uso amateur de la fotografía y el cine se habían incorporado fuertemente en sus hábitos y espacios de ocio cotidianos (véase La Serna y Chaumeil, 2016). A este grupo hay que añadir a los funcionarios limeños y a la creciente élite empresarial de origen nacional que se asentó en la ciudad en el período del caucho. También, en este caso, el uso de imágenes impresas se convirtió en un atributo que se asoció al rol protagónico que estos actores asumieron dentro de las iniciativas de progreso material y “mejoramiento” cultural regional.

Entre las décadas de 1890 y 1910 se conoce la presencia de diversos artistas fotógrafos, tanto itinerantes como otros que se asentaron por un período prolongado en la ciudad. Entre ellos destacan Charles Kroehle, George Huebner, M. Cohen, Manuel Rodríguez Lira, Santos Vega Bazán, Victoriano Gil, Jesús Menacho y Cesáreo Mosquera (La Serna y Chaumeil, 2016). Estos se dedicaron a satisfacer la demanda local de fotografías particulares, al tiempo que empezaron a producir clichés con vistas típicas de la región, paisajes naturales, grupos indígenas e infraestructura urbana. De igual modo, muchos de los motivos que estos estudios profesionales produjeron sirvieron para representar una idea de la “vida moderna” loretana, particularmente, la dinámica social de la urbe iquiteña, que permitió la exposición de una autorrepresentación de estas élites frente a la opinión pública nacional —una forma de negociar su incorporación al proyecto modernizador de la oligarquía costeña—, por medio de remisiones y correspondencias publicadas en la prensa ilustrada del país (en Lima, Arequipa o Cusco) y, probablemente, también en el extranjero.

Para 1906, el prefecto Hildebrando Fuentes anotó la presencia de tres estudios fotográficos en la ciudad (Fuentes, 1908, p. 31). Para entonces, se encontraban activos Manuel Rodríguez Lira, Santos Vega Bazán y Vicente Almenara. Unos años después, Lira y Vega anuncian sus servicios junto a la Fotografía de Gil Ruiz (sucesor de Almenara) en la revista iquiteña *El Tunchi* (1911-1913)¹⁸.

En relación con el uso de tarjetas ilustradas con motivos amazónicos, inicialmente el público iquiteño debió hacer uso de las postales editadas en Lima¹⁹. Las tarjetas de Stolte, Polack, Sablich o la firma Birimisa-Melian²⁰, impresas entre 1898 y 1907, fueron las primeras cartulinas que permitieron al público iquiteño hacer uso de imágenes con representaciones del espacio loretano, a la par que algunos de los tópicos reproducidos en estas series gráficas se correspondían a los discursos políticos de las élites regionales²¹. Además, para inicios del siglo XX, en la ciudad se expendían tarjetas importadas “de fantasía” y otras con escenas extranjeras. En

tales casos, las cartulinas se ofrecían al público en los comercios y librerías locales que también distribuían equipos e insumos fotográficos, y ofrecían la suscripción a la prensa ilustrada nacional y extranjera²².

Cabe anotar que Iquitos contaba con una particularidad en los circuitos de circulación postal en el país. A diferencia del resto de ciudades andinas y costeñas peruanas, la correspondencia que salía de esta ciudad con destino a Europa o la costa este norteamericana no recorría la costa del Pacífico por la vía de Panamá-Nueva York, sino que partía del puerto fluvial, siguiendo la ruta del Atlántico a través del Amazonas. Las primeras series postales con vistas amazónicas editadas en Iquitos corresponden a la década de 1900. Los ejemplares que se conocen llevan leyendas escritas sobre la imagen impresa en el reverso, empero, no brindan referencias de autoría, de imprenta o de la ciudad donde fueron editadas. Por la calidad de la impresión, lo seguro es que son de manufactura europea, hechas a pedido de algún fotógrafo o empresario iquiteño vinculado al gran comercio transatlántico. Las imágenes nos ofrecen vistas de las calles y edificaciones más representativas de la ciudad (plaza de Armas, factoría, prefectura, cárcel, puerto de Belén, camino a Punchana), y otras son de tipo costumbrista (“mujeres de su casa”, “vecindad echando una cana al aire”, “lavanderas en Sachachorro”)²³.

En algunas de estas tempranas cartulinas iquiteñas se puede reconocer la firma de Manuel Rodríguez Lira, signatura que intentó ser borrada en el proceso de edición. Esto se debe a que era práctica de este fotógrafo firmar o escribir pequeñas leyendas sobre sus negativos en placa de vidrio —en especial aquellas placas con vistas de la ciudad y el puerto que eran atractivas para un público amplio y fueron adquiridas por instituciones gubernamentales—. Una vez que el proceso de impresión de las cartulinas hacía necesaria la producción de internegativos, estos fueron intervenidos con tinta para borrar las referencias

que Rodríguez Lira había marcado sobre la placa (palabras como “Lira”, “Iquitos”, la fecha o el acontecimiento registrado en la fotografía).

Lira, como firmaba y así lo referiremos, fue un empresario y fotógrafo español, activo primero en Manaus (Brasil) y, desde finales de 1899, establecido en la capital loretaña. En Iquitos, los anuncios de prensa señalan la apertura de su estudio fotográfico en 1902 y, desde 1907, el expendio de insumos fotográficos (La Serna y Chaumeil, 2016). La actividad de Lira se vinculó fuertemente a los grupos de poder loretaños. Este hecho le permitió registrar una serie de acontecimientos significativos en la escena local, desde actividades cívicas, religiosas o gubernamentales. Participó de comisiones de exploración territorial y otras vinculadas a la administración política, acercándose a empresarios como el cauchero Julio C. Arana o a las autoridades departamentales. Fruto de esta relación y de los viajes que realizó a diversas regiones navegables, desde el Putumayo al Alto Ucayali, es que logró constituir un significativo registro de vistas del *hinterland* loretaño.

El conjunto de postales que elaboró en la década de 1900, cuyo número nos es desconocido, incluye series monocromáticas y en color, con una leyenda impresa que se sobrepone a la imagen, la que ocupa todo el anverso de la tarjeta. Estas imágenes se basan en sus propias fotografías y, probablemente, fueron confeccionadas en una imprenta europea. Las cartulinas corresponden a varios de los motivos promovidos por las élites locales: una visión amplia del territorio selvático que se integra a la ciudad-puerto a través de la navegación fluvial, donde se destacan caseríos y pueblos asentados en los diversos afluentes del Amazonas; vistas de los grupos indígenas —en especial, en la región del Putumayo, eje de la producción de caucho loretaño en las décadas de 1900 y 1910—; y vistas diversas de la vida social y la infraestructura local, desde los caminos de penetración, factorías, puertos, plazas, el local de la prefectura o el cuartel militar.



Figura 3. “Calle de la Factoría y cárcel de Iquitos (Perú)”. Postal atribuida a M. R. Lira, c. 1907. Remitida por M. Fernández a A. Bresciani. Iquitos, 12 de agosto de 1909. Colección del Instituto de Estudios Histórico Marítimos del Perú.

Para finales de 1911, Lira se vinculó a su compatriota Victoriano Gil Ruiz, quien además de fotógrafo era especialista en fotograbados, dando nacimiento a la sociedad Gran Fotografía Lira & Gil²⁴. Esta alianza terminó convirtiéndolos en los fotógrafos preferidos de la alta sociedad iquiteña.²⁵ La sociedad editó una importante serie de tarjetas postales con vistas de Iquitos y su *hinterland* —embarcaciones, edificaciones, caucherías y tipos indígenas— que, desde entonces, alcanzó una amplia difusión, incluyéndose en colecciones y siendo reproducidas en publicaciones ilustradas de la época, en el Perú y el extranjero²⁶. Según se anota en la prensa, la serie constaba de setenta vistas de Iquitos y de la región de los ríos navegables del departamento²⁷. Cada ejemplar de esta serie postal fue numerado y se imprimió una leyenda sobre la imagen, que iniciaba con el título “Iquitos Perú”, continuando con una referencia al escenario, grupo étnico o actividad representada. Entre los grabados se incluyó los clichés que años antes Lira realizó a solicitud del empresario Julio C. Arana en las caucherías del Putumayo. También se pudieron incluir las fotos que tomó cuando acompañó, en 1912, la comitiva del prefecto departamental, Alayza y Paz Soldán, a las provincias del Alto Amazonas y el Ucayali (La Serna y Chaumeil, 2016, p. 140).

Un tercer editor identificado en la ciudad de Iquitos fue el empresario Cesáreo Mosquera.

A inicio la década de 1910, Mosquera estableció la librería “Amigos del País”, en la calle del Próspero, que se convertiría en el centro de reunión de los miembros de la colonia española de esta ciudad (La Serna y Chaumeil, 2016, p. 158). Interesado por la fotografía, su local se dedicó también a la venta de cartones fotográficos, tarjetas postales y prensa ilustrada, nacional y extranjera. Tras la apertura de su negocio, Mosquera se interesó en la producción y expendio de tarjetas ilustradas con motivos loretanos²⁸. Empero, como en otros casos, estas postales se editaron sin referencias de autoría en el anverso o reverso, lo que hace que se confundan con otras series y no permitan su identificación en las colecciones particulares o públicas. En febrero de 1921, la prensa local anunciaba el arribo desde Alemania de una serie de seis tarjetas ilustradas, las que presentaban aspectos atractivos de la ciudad, y fueron impresas “con tal nitidez y lujo de detalles” que daba la impresión de “estar contemplando vistas de poblaciones de mayor importancia”. La nota termina señalando que merced al esfuerzo artístico de Mosquera “ya se cuenta con fotografías del Iquitos actual”²⁹.

La lectura de esta nota periodística parece indicar que hacía ya varios años que no se editaban nuevas tarjetas postales con motivos iquiteños. Es posible que, tras el inicio de la crisis gomeira (1914-1915) y la desaceleración de la economía

regional, el traslado de los capitales y de actores, fuera del escenario local, se haya generado también una reducción significativa en el interés por adquirir tarjetas postales amazónicas. Asimismo, la década de 1920 coincide con el fin de los “años dorados” de la fotografía a escala global, que incide en un menor interés por su uso como medio de comunicación escrito³⁰.



Figura 4. “Fábrica de hielo y gaseosas, Iquitos [sic]”. Tarjeta postal atribuida a M. R. Lira (década de 1900), con una vista de la fábrica Nova Hamburgo, empresa dedicada a la elaboración de aguas gaseosas y hielos, propiedad de Suares Babreira y Cía. Colección Juan Carlos La Serna.

Las postales ubicadas en el curso de esta investigación, producidas por Lira, la sociedad Lira & Gil y otras de autoría desconocida, señalan el uso de la ruta marítima del Atlántico con destino a Europa. Entendemos que otras cartulinas transitaban también en un circuito transamazónico, como parte de los rituales de sociabilidad de las élites iquiteñas con sus pares en Manaos o Belém do Pará, donde muchos empresarios y propietarios contaban con amistades y redes familiares. Del mismo modo, la apertura de la Vía del Pichis y el establecimiento de un servicio postal regular permitió la remisión de correspondencia y postales con dirección a las ciudades serranas o la capital del país.

Para los promotores de la modernización loreтана, el mejoramiento del servicio postal era una de las evidencias palpables del progreso material que alcanzaba la urbe amazónica y se exponía como uno de los símbolos del adelanto del país, que se

integraba a los circuitos de comunicación de las “naciones modernas” (Maúrtua, 1911, p. 9). La revisión de los impresos oficiales y la prensa local nos permite recuperar informaciones que nos dan una idea de la importancia que adquirió la tarjeta postal como instrumento de comunicación para el público iquiteño en las décadas de 1900 y 1910. La particularidad del servicio postal iquiteño radica en las rutas que seguía la correspondencia proveniente o con destino al resto del país y el extranjero. Una vez que se estableció el servicio regular, la estafeta de Iquitos se encargó de administrar el servicio postal del departamento, que incluía el envío y recepción de unidades postales tales como cartas, periódicos, impresos, muestras, documentos oficiales y tarjetas ilustradas.³¹

El informe del prefecto Hildebrando Fuentes (1908, p. 49) recoge información sobre el tráfico postal en Iquitos. Aquí se registra que en 1902 la estafeta de esta ciudad recibió 215 unidades postales, 3023 en 1904 y 1460 en 1905³². De igual modo, su informe incluye un resumen comparado de la correspondencia internacional girada por la oficina de Iquitos. Aquí se indica que se remitieron 472 tarjetas postales en 1905 y 738 unidades en 1904 (Fuentes, 1908, p. 51). Más adelante, Aníbal Maúrtua (1911) nos ofrece una estadística más amplia sobre el tráfico postal. En el resumen de la correspondencia internacional girada por la estafeta de Iquitos entre 1904 y 1909 destaca el significativo crecimiento del uso de este formato postal, pasando de 738 tarjetas giradas en 1904 a 12.973 en 1908. Ocurre lo mismo con las cartulinas remitidas a la capital del país, que se incrementan notablemente de 215 unidades en 1902 a 4168 en 1910 (Maúrtua, 1911, p. 9-11).

Además de satisfacer la demanda de un creciente público urbano iquiteño que urgía de un instrumento de autorrepresentación, las postales ilustradas con vistas amazónicas respondieron también al interés de los miembros de las dinámicas colonias extranjeras asentadas en la ciudad-puerto, quienes adquirieron dichas tarjetas y las integraron a colecciones y álbumes particulares, o las remitieron a sus allegados fuera del país, tal como se evidencia en el creciente número de envíos de tarjetas al exterior desde la oficina de Iquitos.



Figura 5. Al parecer, algunos miembros de la colonia española de Iquitos frente a la librería Amigos del País, de Cesáreo Mosquera y Hno. Fotografía anónima, década de 1910. Colección Juan Carlos La Serna.

De este modo, reconocemos la importancia que la tarjeta postal tuvo para el público loreto y los usos diversos que se le dio. La presencia de un público urbano, conformado por nacionales y extranjeros, posibilitó la edición de las primeras series de tarjetas postales por empresarios locales, fuertemente vinculados a los grupos de poder político regional. En principio, los iquiteños consumieron las postales que los editores limeños produjeron, para luego editar sus propias colecciones, mucho más cercanas a los intereses y expectativas de las élites loreto, en una época de expansión económica y vista la necesidad de asegurar el dominio territorial, producto de la expansión del comercio de la goma y de los crecientes conflictos fronterizos con Colombia y Brasil. Asimismo, las postales y fotografías sirvieron para proyectar estas reflexiones en la opinión pública nacional, a través de remisiones en la prensa ilustrada, especialmente limeña. Y, en otros casos, fueron incorporadas en las publicaciones de viajeros que recorrieron la región loreto, entre las décadas de 1900 y 1920 (La Serna y Chaumeil, 2016).

El inicio de la crisis del comercio gomero, desde mediados de la década de 1910, tendrá un efecto significativo sobre la dinámica social y cultural de la Amazonía peruana. Con los años,

la urbe iquiteña se vio inmersa en un período de retracción económica y de decaimiento demográfico. La liquidación de las exorbitantes fortunas del caucho y la retirada de los grandes agentes comerciales foráneos se vio acompañada de la reducción de los miembros de las colonias extranjeras y de los empresarios y profesionales nacionales (Santos y Barclay, 2002). Este hecho coincide con el fin del “período dorado” de las tarjetas postales a escala global, una vez que la tecnología fotográfica fue abaratándose progresivamente, facilitando el uso particular de los aparatos y la aparición de nuevos procesos técnicos de reproducción de imágenes, más atractivos para el cambiante gusto del público³³.

Circunstancialmente, la crisis gomera y el surgimiento de proyectos políticos regionalistas al interior de la sociedad loreto tendrían también un impacto sobre los empresarios y la producción gráfica iquiteños. En 1921, un movimiento regional de corte separatista, dirigido por el coronel Guillermo Cervantes, se levantó contra el gobierno central. Una vez que la insurrección fue develada, los fotógrafos Manuel Rodríguez Lira y Benito Gil fueron acusados de participar en el grupo sedicioso y se les deportó a Manaos, donde permanecieron por más de una década antes de poder retornar a Iquitos (La Serna y Chaumeil, 2016).

Habría que esperar a la década de 1930 para que un nuevo empresario iquiteño se aboque a la tarea de producir tarjetas ilustradas con motivos regionales. Es el caso de Antonio Wong Rengifo, quien, luego de recibir una formación técnica en Europa, abrió un estudio fotográfico en 1928. Con los años, su casa se convertiría en la más importante productora de imágenes comerciales de la Amazonía peruana (La Serna y Chaumeil, 2016). Vinculando la fotografía y el cine, Wong produjo numerosas series de cartulinas postales, las que circularon ampliamente en las décadas siguientes, lo que renovó la producción de motivos selváticos, respondiendo esta vez a las nuevas sensibilidades y proyectos visuales propios del discurso político y artístico del movimiento loretanista —como la defensa territorial, los afanes de peruanizaci n del territorio o la actividad turística—, que terminó consolidándose en la década de 1940 (Herrera, 2018), incorporando muchas de estas tipologías locales en el consumo y la imaginación visual limeña sobre la región amazónica del país.

5. La Amazonía representada en las cartulinas ilustradas

La selección de vistas incorporadas a las tarjetas postales, editadas en el país en el período de entreguerras, denota el interés creciente por las representaciones de la Amazonía dentro de la esfera pública peruana, interés que coincide con un contexto en el cual la tarjeta postal terminó convirtiéndose en uno de los mecanismos de comunicación más significativos para un público con hábitos burgueses, conformado por miembros de familias propie-

tarias, comerciantes nacionales y extranjeros, así como una ascendente clase media profesional.

Si bien para la década de 1890 algunas series con vistas amazónicas se editaban y comercializaban en papel albúmina, como fue el caso del extraordinario corpus producido por Charles Kroehle, que alcanzó una enorme circulación y se incorporó a numerosas colecciones y proyectos editoriales en el Perú, Norteamérica y Europa (La Serna 2018), el costo de reproducción de estos clichés fotográficos limitó la circulación de imágenes al consumo elitista y el coleccionismo académico o gubernamental. Ello aun con los esfuerzos que se hizo por componer álbumes y series con “vistas del Perú” que se expusieron en algunas ferias y exhibiciones públicas, nacionales e internacionales. Fueron las cartulinas ilustradas el artefacto gráfico que permitió la exposición masiva de un conjunto de imágenes referenciales del país en un contexto de curiosidad y demanda creciente por registros visuales del territorio y población de los Andes y la Amazonía. Así, el consumo de la postal fue expandiéndose entre viajeros, comerciantes, científicos y turistas extranjeros, además de los miembros de los círculos profesionales nacionales, alcanzando un importante lugar en las prácticas de sociabilidad y comunicación a inicios del siglo XX. Las cartulinas, igualmente, ofrecieron un soporte visual a las narrativas sobre el “país de los incas”, donde los desiertos, centros arqueológicos, tipos costumbristas urbanos y la diversidad étnica adquirian forma en la imaginación de un público inserto en redes de comunicación transatlántica.



Figura 6. “Indios Anueshes (Perú)” (c.1903-1904). Tarjeta ilustrada editada por E. Polack, a partir de una fotografía de Luis Ugarte (Estudio Garreaud) tomada en 1902. Remitida desde Arequipa en 1905. Colección Max Uhle, Instituto Ibero-Americano de Berlín.

Las imágenes seleccionadas en la primera serie postal editada por Guillermo Stolte (1898-1899) se identifican con los referentes del proyecto de modernización y progreso material de entresiglos: las minas de la sierra central, la modernización urbana limeña, monumentos del período virreinal, el trazo del ferrocarril central y la articulación de la montaña por medio de vías de penetración. Para entonces, numerosas iniciativas privadas y gubernamentales en favor de la integración de los territorios selváticos se habían concentrado en la región de Chanchamayo, desde la colonización planificada con población europea y la apertura de caminos, hasta la tecnificación de la producción agrícola.

Así, los motivos selváticos de esta serie se limitan a uno de los elementos fundamentales de la narrativa amazonista producida por los círculos letrados limeños de la época: la apertura de caminos hacia la región de los ríos navegables. En total, se han identificado tres postales con fotografías del llamado “camino a Chanchamayo”, ruta que fue ampliada a partir de una serie de esfuerzos por parte del gobierno central y de la élite tarmaña, dando forma a la Vía del Pichis, primer plan de articulación vial transoceánico inaugurado en la década de 1890³⁴. Las tres ofrecen vistas de la frondosidad del bosque selvático que parece “abrirse” al disfrute del observador —y del país— merced a los proyectos viales y a la propia tecnología de la imagen impresa.

Las siguientes series de tarjetas con motivos amazónicos correspondieron a la iniciativa del empresario Eduardo Polack. Fueron impresas en Alemania a partir de 1900, y empezaron a circular en el mercado limeño a inicios del año siguiente. Según las necesidades técnicas de la época, Polack entregó las placas negativas —o internegativos— a una casa editorial en Dresde (Alemania), la “capital mundial de la fotografía de su tiempo” (Chernela y Pereira, 2018, p. 18)³⁵. No sabemos exactamente cuántas postales con motivos amazónicos se elaboraron en esta ocasión o en las siguientes. Señalan sus biógrafos que, al retornar a Lima en enero de 1901, trajo consigo reproducciones de los 250 clichés con motivos peruanos con los que había partido a Europa, en marzo de 1899 (Currarino y Paz de la Vega, 2017, p. 32). Tampoco

conocemos con exactitud el número de postales con motivos amazónicos que llegó a editar hasta 1919. Lo que sí se desprende de la revisión de los ejemplares ubicados en los repositorios, plataformas de venta *on-line* y colecciones particulares, son las regiones selváticas y los tipos indígenas que fueron de interés para este empresario de la imagen.

Las diversas series editadas por Polack incluyen fotografías tomadas por Carlos Kroehle, Carlos Meyer (alemán asentado en Chanchamayo) y otras que, probablemente, le fueron entregadas por los funcionarios de la Dirección de Fomento, en especial, aquellas referidas a la Vía del Pichis (La Serna y Chaumeil, 2016, pp. 187-188). Unos años después, desde 1905, el empresario chalaco Luis Sablich inició también un ambicioso proyecto de edición de tarjetas postales con motivos peruanos, que incluyó cartulinas con motivos selváticos. Las postales ubicadas en el legado de Humberto Currarino muestran un interés amazonista centrado en la “ruta al Perené” (Currarino y Paz de la Vega, 2008, pp. 69-70), que coincide con la consolidación de la plantación cafetalera establecida en este valle por la Peruvian Corporation y los esfuerzos estatales por extender la vía ferroviaria desde La Oroya con dirección al Ucayali.

Las postales de Polack y Sablich fueron pensadas desde el proyecto amazonista limeño, por lo que, al menos en las series impresas en la década de 1900, no se incluyen vistas con motivos loreanos. Esto es revelador, porque nos permite reconocer que Iquitos y sus alrededores no fueron incorporados en las tempranas iniciativas de nacionalización visual del Oriente impulsadas por estos empresarios de la imagen. En principio, esta ausencia pudo deberse al hecho de no poseer vistas significativas de la ciudad-puerto, una vez que los clichés de los que se valieron inicialmente para producir sus primeras series (1900-1904) —los registros de Carlos Kroehle, Carlos Meyer y Luis S. Ugarte— contenían muy pocas vistas de la capital loreana.

A diferencia de otras regiones del país que fueron integradas en las series de Polack, para 1900 no se conocía en Lima un conjunto significativo de imágenes de Iquitos más allá de los po-

cos clichés que tomaron en sociedad Carlos Kroehle y George Huebner entre 1889 y 1890³⁶. Así, la narrativa limeña de entresiglos que dio forma al proyecto visual de Polack —y, unos años después, replicado en las iniciativas de Sablich, Birimisa-Melian y Southwell— centró su interés en el proceso de articulación territorial de la montaña desde la región central, a través del “Camino del Pichis” y la colonización del Chanchamayo-Perené, la gran apuesta del proyecto amazonista de la República Oligárquica.

Por otro lado, la producción de tarjetas con motivos amazónicos respondió también al interés de los grupos modernizadores iquiteños que, a través de estos artefactos gráficos, quisieron visibilizar su interés por la modernización material de la región, mediante la selección de vistas que mostraban “la vida moderna” de la ciudad y el *hinterland* loretano. De este modo, las postales resaltan las iniciativas en rubros como la infraestructura urbana, eventos propios de la sociabilidad de la clase propietaria local, la producción industrial, el comercio fluvial, el asentamiento de patrones y la civilización del “indio salvaje”.

Las postales editadas por Lira y la sociedad de Lira & Gil evidencian el esfuerzo de posicionar a Iquitos como el epicentro de la acción progresista y modernizadora del Perú amazónico. La selección de imágenes y las leyendas que las acompañan parecen corresponder al deseo de la élite local de resaltar una serie de elementos particulares de su posición y concepción acerca del porvenir de la región y del proceso del caucho. No es casual que la postal que aparece con el número uno en la serie editada por Lira & Gil nos presente una vista de la primera cuadra de la calle del Próspero tomada desde la plaza de Armas. Entonces, esta calle concentraba los más importantes comercios y las oficinas profesionales de la ciudad, lo que nos invita a reflexionar acerca de la manera en que el contenido visual de la serie postal se ordenó partiendo del epicentro de la urbe iquiteña, siguiendo con los edificios públicos más destacados, las poblaciones de los alrededores y el paisaje del *hinterland* loretano.

Además de la vida de la urbe iquiteña, se imprimieron postales con vistas de espacios rústicos y campamentos caucheros, donde se destacan

las poblaciones asentadas en los diversos ríos navegables y tipos indígenas. Las postales exponen el rol central que tuvo explotación de la goma en la región fronteriza del Putumayo-Caquetá para el departamento, territorio en el que el fotógrafo español Rodríguez Lira había registrado copiosamente la materialidad y los cuerpos de los indígenas huitotos y boras que trabajaban en las caucherías propiedad del empresario Julio C. Arana.

Fuera de Iquitos no se conoce otra ciudad amazónica peruana en la que empresarios locales se decidieran a imprimir tarjetas postales. Si bien en el período estudiado encontramos fotografías activos en La Merced (Junín) y Moyobamba (San Martín) produciendo clichés comerciales del paisaje, los espacios urbanos y la población indígena, ninguno de estos emprendió la tarea de editar cartulinas³⁷. La razón de esta ausencia debe responder al hecho de ser poblaciones con un dinamismo económico limitado, donde la plaza era reducida y una aventura comercial de este tipo no resultaba atractiva. Y, si bien la región de Chanchamayo había recibido una notoria atención en la opinión pública y la prensa nacional, además de ser un punto neurálgico para viajeros y científicos extranjeros que recorrieron el interior del país, fueron los editores limeños (Stolte, Polack, Sablich) los que supieron aprovechar el temprano registro visual de esta región selvática para sus iniciativas editoriales.

Tanto en el caso de las postales editadas en Lima como aquellas que se produjeron en Iquitos, el sujeto indígena es recurrentemente representado. Empero, en muchas de las postales, las imágenes fueron intervenidas. Se entiende que, mayormente, la manipulación correspondería a un esfuerzo de domesticación visual, es decir, incorporar atributos asociados al temprano proceso de “civilización” del poblador indígena, esfuerzo promovido a través de las iniciativas gubernamentales y privadas, especialmente en la región de la selva central —producto de la colonización, la agricultura intensiva del café, la apertura de vías de comunicación y la presencia misionera— e Iquitos, con el dinamismo de la ciudad-puerto y el creciente comercio del caucho en el que los nativos estaban inmersos.

No obstante, a diferencia de las postales

editadas en Lima por Polack o Sablich, quienes intervinieron las postales a fin de resaltar los avances en la “civilización” del indígena, las postales de Lira y Lira & Gil inciden en exponer la alteridad de los nativos, una otredad que se evidencia explícita en la desnudez, la pintura corporal y el ocultamiento de cualquier elemento que pudiera asociarse a los vínculos con la sociedad occidental —ropaje, herramientas, edificaciones, etc.— con el fin de reforzar la idea de una población salvaje y de una naturaleza prístina. Este hecho debe entenderse a partir del discurso del salvajismo que la clase propietaria iquiteña construyó y reprodujo para legitimar su propia cruzada en favor del proyecto modernizador amazónico y responder a las crecientes acusaciones que, desde Lima y el extranjero, fueron surgiendo para denunciar el carácter opresivo del sistema de patronazgo desarrollado en la región loretana, en especial, las acusaciones de prácticas de esclavitud y tortura en las caucherías del Putumayo.

Tal como Carlos Masotta (2007) mostró para el caso de las postales producidas sobre el norte argentino, donde los sujetos indígenas retratados laboraban en las plantaciones azucareras, las tarjetas con motivos etnográficos de Lira y Lira & Gil no se basan en registros hechos en expediciones al interior de los bosques o con indígenas no contactados, sino que más bien tratan de sujetos que habían sido incorporados a la dinámica del negocio cauchero y que fueron seleccionados y ordenados dentro de un registro gráfico. Así, a diferencia de las fotografías que Silvino Santos elaboró por encargo del empresario Julio C. Arana, donde se priorizó el uso de elementos “civilizados” como atributos de los habitantes de las caucherías —desde el uso de ropa occidental hasta actividades como el pesaje de la goma en una balanza, el saludo a la bandera o el uso de una máquina de coser— (Chaumeil, 2009), las postales etnográficas de estos fotógrafos-editores iquiteños refuerzan el exotismo y la distancia del público frente al indígena, resaltando el rol pionero de la élite loretana en la cruzada de conquista y domesticación de los territorios orientales.

Asimismo, el relato visual de lo salvaje y lo exótico proyectado a través de las postales respondía a la curiosidad global burguesa sobre

una región que despertaba mayor interés en la medida que la navegación, el comercio y el turismo iban acercando los escenarios amazónicos a los circuitos de consumo transatlántico. Esta realidad parece reafirmarse cuando analizamos el contenido de las imágenes de “tipos” indígenas elaboradas por Lira & Gil, donde se nos presenta una sobreexposición de cuerpos de mujeres jóvenes desnudas, muchas de ellas con pinturas corporales y performando “bailes”, expresiones de una ritualidad domesticada como parte de la expansión de la frontera colonial americana, desplegada ahora para la mirada de un público masculino que, a través de la postal, podía acentuar la diferencia y satisfacer el deseo de posesión del otro (Nugent, 2007).

Todas estas postales, tanto limeñas como iquiteñas, circularon a través de redes de comunicación nacional e internacional, siendo incorporadas en numerosas colecciones que hoy pueden revisarse en museos e instituciones académicas en Alemania, Francia, Estados Unidos o el Perú. Y su circulación privada ha dado lugar también a un significativo tráfico de cartulinas en diversos espacios de comercio de antigüedades, en tiendas de viejo y en plataformas virtuales, lo que evidencia el interés que este artefacto ilustrado sigue despertando en el público global contemporáneo.

6. A manera de conclusión

El período comprendido en este artículo marca el inicio de la producción masiva de imágenes mecánicas de la Amazonía, su circulación y coleccionismo a escala nacional, transamazónica y transatlántica, en una etapa en el que esta tecnología terminó convirtiéndose en el mecanismo de comunicación más significativo dentro de un público con hábitos burgueses. Este estuvo conformado por miembros de familias propietarias nacionales, comerciantes peruanos y extranjeros, y una creciente clase media profesional integrada por ingenieros, militares, médicos y periodistas.

Si bien para la década de 1890 fotografías con diversos motivos del país, incluyendo la Amazonía, habían sido tomadas y reproducidas en tarjetas de visita y en albúmina, como fue el caso del extraordinario registro de Charles Kroehle, que alcanzó una inmensa circulación y

se incorporó a colecciones y proyectos editoriales en el Perú, Norteamérica y Europa, el costo de reproducción de clichés fotográficos limitó la circulación de imágenes al consumo privado y al coleccionismo académico o gubernamental. Ello incluso con los esfuerzos que se hizo por componer álbumes y series con “vistas del Perú” que se expusieron en algunas ferias y exhibiciones públicas, nacionales e internacionales.

Fueron las cartulinas ilustradas el artefacto gráfico que permitió la exposición de un conjunto de imágenes referenciales del país de manera masiva, en un contexto de curiosidad y demanda creciente por registros visuales del territorio y población de los Andes y la Amazonía. Así, el consumo de la postal fue expandiéndose entre viajeros, comerciantes, científicos y turistas extranjeros, pasando por las clases medias profesionales nacionales, alcanzando un importante lugar en las prácticas de sociabilidad y comunicación en el país a inicios del siglo XX. Las cartulinas, además, ofrecieron un soporte visual a las narrativas sobre el “país de los incas”, donde los

desiertos, centros arqueológicos, bosques amazónicos, tipos costumbristas y la diversidad étnica adquirirían forma en la imaginación de un público inserto en redes de comunicación transatlántica.

Al igual que las postales que fueron producidas a inicios del siglo XX en la ciudad de Manaos, el “París de los trópicos”, la gran urbe panamazónica de la época, las postales editadas en el Perú con motivos selváticos ofrecen imágenes contradictorias y proyectan narrativas confrontadas acerca de la región (Chernela y Pereira, 2018). De un lado, refuerzan la idea de un espacio de bosques y naturaleza prístina, donde el paisaje y los pobladores son expuestos en razón de su diferencia frente a una élite con hábitos burgueses que se presenta como representante de un modelo ideal de modernidad y civilización global y, del otro, reflejan el interés de las élites, locales y nacionales, por exponer sus esfuerzos en favor de la domesticación del territorio, la civilización del salvaje y la reproducción de una sociabilidad aristocrática al interior de la región de los ríos navegables.

Notas

- 1 Definición del cartófilo francés Albert Thinlot, citado por López Torán (2017, p. 287). El uso que la tarjeta postal adquirió dentro de los hábitos de consumo burgués impulsó la creación de un sistema estandarizado de producción para facilitar su desplazamiento a escala global. Para 1874 se creó en Berna (Suiza) la Unión Postal Universal, organismo internacional que estableció las normativas que permitieron generalizar el uso las tarjetas dentro de los sistemas postales del mundo, impulsando la aceptación de un formato único e internacional para la cartulina, con una medida 14 x 9 cm (5,5 x 3,5 pulgadas). Desde entonces, el público mostró una clara preferencia por este formato postal, en gran parte por el costo que representaba su franqueo, más económico que el correo común (Currarino y Paz de la Vega, 2008, p. 13).
- 2 Sobre los usos de las postales ilustradas para promover discursos nacionalistas con relación al territorio y la población por parte de gobiernos y empresarios sudamericanos, en el período de entresiglos, véase Onken (2014). Sobre la ideología colonialista proyectada por medio de las cartulinas, véase Pairault (2003, p. 1-13).
- 3 Para la década de 1890, la técnica de la fototipia había permitido una amplia producción de grabados monocromáticos que favoreció su consumo masivo. Además, el uso de esta técnica de impresión de cartulinas con imágenes “en base a fotografías” le otorgó a la tarjeta postal la legitimidad de veracidad y objetividad que, entonces, proyectaban las fotografías impresas al carbón o en papel albúmina.
- 4 En 1899, Stolte presentó un conjunto de trabajos de impresión y encuadernación en la Exposición Permanente de Maquinarias, organizada en Lima. Véase: “Expuso Guillermo Stolte”, *El Comercio*, 31 de julio de 1899 (edición de la mañana), p. 2. Al año siguiente, mandó a elaborar un álbum comercial con vistas fotograbadas de las diver-

sas instalaciones. Según un medio limeño, este era un “bonito álbum comercial para escritorio” (Anónimo, “Álbum”, *El Nacional*, 19 de abril de 1900, p. 2).

- 5 La Resolución Suprema que resuelve el contrato con la Casa Stolte y la impresión de cien mil ejemplares fue promulgada por el gobierno el 9 de septiembre de 1898.
- 6 Anónimo, “Nuevas Tarjetas postales”, *El Comercio*, 11 de noviembre de 1898 (edición de la mañana), p. 2.
- 7 *Lima Ilustrado*, noviembre de 1898, p. 25 (citado en Currarino y Paz de la Vega, 2017, p. 22). Señala la nota que los abonados de la revista recibieron un facsímil con la colección de vistas de las nuevas tarjetas postales “que forman una interesante colección”.
- 8 Anónimo, “Tarjetas postales”, *El Nacional*, 16 de diciembre de 1899, p. 2.
- 9 Currarino y Paz de la Vega (2017, p. 23). En su investigación sobre la temprana producción de tarjetas postales en el Perú, Herbert Moll indica que fueron entre 36 y 40 las tarjetas que Stolte editó en 1898 con motivos peruanos. Y, en 1899, se imprimieron veinte más. Si bien todos los ejemplares conocidos de la serie impresa en 1898 llevan el sello de tinta con la fecha “1899”, Moll señala que algunas de estas postales ya habían empezado a circular desde diciembre 1898 (Moll, 1999).
- 10 Los ejemplares que hemos ubicado en el transcurso de la presente investigación y, sobre todo, la lista elaborada por Herbert Moll (1999), nos permite identificar que, en las series de 1898 y 1899, se eligieron mayoritariamente vistas de la ciudad de Lima y sus alrededores (incluyendo el Callao y Chorrillos), otras de la sierra central (imágenes del ferrocarril y las poblaciones mineras de Lima y Junín), construcciones urbanas en Tarma, Cajamarca y Arequipa, otras tres con motivos selváticos (la montaña de Chanchamayo) y, excepcionalmente, una de la mina carbonera de Hatun Huasi, en Huanavelica.
- 11 A fines de este 1903, la prensa limeña publicó un anuncio de Stolte informando de la venta de postales “con vistas y bellezas peruanas”, a un costo de dos soles por cada paquete de cien ejemplares. Véase: “Tarjetas postales”, *El Comercio*, 30 de diciembre de 1903 (edición de la mañana), p. 4.
- 12 Existen ejemplares de la serie postal de Stolte, fechada inicialmente en 1899, pero que aparentemente fueron “reeditadas” unos años después por un impresor de Leipzig. Es posible que el arribo al mercado limeño de postales ilustradas de mayor calidad de las que ofrecía en su negocio llevara a Stolte a reimprimir parte de las cartulinas sobrantes, aprovechando el espacio libre del reverso de las tarjetas, añadiendo una imagen con la calidad que, desde 1901, tenían las postales que ofrecían otros editores limeños. Véase Colección Percy Reinoso (París) y Moll (1999, p. 37).
- 13 Existen diversas colecciones en el Perú y el extranjero que contienen piezas sueltas de las series impresas por Polack, destacando la importante colección de los herederos de Humberto Currarino Cámere, incluidas en Currarino y Paz de la Vega (2008; 2017); la colección de Max Uhle (Instituto Ibero-Americano de Berlín), la colección del Museo de Arte de Lima (MALI), la colección de la Biblioteca Nacional del Perú, las colecciones particulares de Percy Reinoso y Jean-Pierre Chaumeil (París) y Juan Carlos La Serna (Lima).
- 14 Según Currarino y Paz de la Vega (2017, pp. 36-37), la sociedad entre Polack y Morgenroth duró entre 1910 y 1911. Empero, es probable que esta colaboración iniciara un año antes, una vez que en el álbum de tarjetas postales de Max Uhle se ubica una cartulina remitida el 1 de enero de 1910 a Carlota Goose de Uhle. Véase: Álbum de tarjetas postales, Colección Max Uhle. Colecciones Especiales del IAI-Berlín, (código n35 s17).
- 15 Entre ellos, se destaca, las colecciones editadas por Roggero, Naranjo & Cía., N. M. Benavides, Orellana & Cía., el Bazar Pathé, Lothar Seer y Cía. o Zöllner hermanos, entre las décadas de 1900 y 1910.
- 16 En uno de los cuadernos de campo de Max Uhle se anotan listas de clichés (fotografías y postales) que expenden las casas fotográficas y comercios de Lima como Stolte, Courret, Castillo, Garreaud, Carlos Lara (sucesor de Kroehle) y la Casa Valdeloski. Véase:

Cuaderno de Campo n.º 58 (octubre 1901-abril 1902). En: Colecciones Especiales del IAI-Berlín, Colección Max Uhle. Además, la colección incluye un importante grupo de postales editadas por Max T. Vargas.

- 17 Sobre el crecimiento de la ciudad de Iquitos durante el auge de la explotación de la goma, véase: Lerner (2017), Ortiz (2018) y Santos y Barclay (2002).
- 18 Para 1917, según el *Padroncillo de la contribución industrial de la Provincia de Bajo Amazonas para el quinquenio de 1918 a 1922* se anota únicamente la presencia de los fotógrafos Lira y Gil, ambos en la calle del Próspero. Véase: *El Oriente*, 29 de septiembre de 1917, p. 3.
- 19 Para 1903, en la ciudad brasileña de Manaus, la sociedad del fotógrafo George Huebner y el artista Libanio do Amaral produjo la que, aparentemente, fue la primera serie postal con motivos regionales editada por un estudio fotográfico establecido en la Amazonía. Según Andreas Valentín (2009), la primera serie postal de esta sociedad sería de c.1902. Es entendible que, a partir de los fuertes vínculos que miembros de las élites propietarias y comerciales iquiteñas establecieron con esta ciudad, se favoreciera la circulación de dichas postales en los intercambios transamazónicos entre el Perú y Brasil —como luego ocurriría con las tarjetas editadas también en Manaus con base en las fotos de Silvino Santos de las caucherías del Putumayo—. Asimismo, desde 1906-1908, la empresa naviera Booth Line Co., que ofrecía un servicio entre Iquitos-Liverpool-Nueva York, editó en Inglaterra algunas series postales con vistas de puertos, ciudades y paisajes amazónicos brasileños, que también debió circular en la plaza iquiteña.
- 20 La sociedad Birimisa-Melian, establecida en la década de 1900, editó una serie de tarjetas postales con motivos diversos del país, incluyendo vistas amazónicas. Fue impresa en Sarajevo (Croacia) por la tipografía R. Mosinger y, en todos los casos identificados, estas ilustraciones se basan en clichés de Charles Kroehle.
- 21 En la década de 1910, también editaron series postales sobre el Perú amazónico el Bazar Pathé y la Hispanic Society of America. Asimismo, en 1918 llegó al país el fotógrafo y explorador norteamericano George Dyott quien recogió numerosas fotografías y material fílmico amazónico. Editó algunos de sus clichés en cartulinas postales, que debieron circular desde inicios de la década de 1920 (La Serna y Chaumeil, 2016).
- 22 Por ejemplo, en 1912, las librerías Mesía y Amigos del País ofrecen tarjetas ilustradas con motivos de “fantasía” y artistas del teatro español a través de la prensa local. Véase: Anónimo, “Librería Mesía” (anuncio), *El Oriente* de Iquitos, 12 de agosto de 1912, p. 2; Anónimo, “Mosquera Hnos.” (anuncio), *El Oriente* de Iquitos, 28 de agosto de 1912, p. 2.
- 23 La más temprana referencia corresponde a la cartulina remitida al extranjero desde la ciudad de Iquitos, el 4 de diciembre de 1904: “Puerto de Belem – Iquitos – Río Amazonas (Perú)”. Colección particular.
- 24 La primera referencia a esta sociedad aparece en el semanario *El Tunchi*, en noviembre de 1911. La sociedad empresarial terminó hacia septiembre de 1912, cuando nuevamente el fotógrafo Manuel Rodríguez Lira anunciaba de manera independiente sus servicios profesionales y el expendio de “Tarjetas postales de Iquitos y del Departamento”. Véase: *El Tunchi*, 29 de septiembre de 1912. La presencia de Gil se anota en *El Tunchi* en mayo de 1911, como sucesor de Vicente Almenara. Anónimo, “Fotografía”. *El Tunchi*, 28 de mayo de 1911, p. 3.
- 25 “Los mencionados propietarios de la fotografía Lira-Gil Ruiz, a fin de que su establecimiento quede a nivel de los mejores de su clase [que] existen en Europa, han invertido fuertes sumas de dinero en la adquisición de los útiles necesarios y han conseguido de ese modo poder realizar cualquier clase de trabajo fotográfico, por difícil que sea, tanto en tarjetas, como sobre tela, porcelana, etc.”. Anónimo, “Nueva exposición fotográfica”, *El Oriente* de Iquitos, 22 de enero de 1912, p. 2.
- 26 La colección más completa de la serie elaborada por Lira & Gil se ubica en el Instituto Riva-Agüero de la Pontificia Universidad Católica del Perú. En 1984, la investigadora Liliana Peñaherrera (1984, p. 109) señalaba que este fondo de postales tenía un total de 1420 ejemplares.

- 27 La serie completa se expendía al público al precio de una libra esterlina. Véase: "Aviso comercial", *El Oriente de Iquitos*, 27 de enero de 1912, p. 2. En la colección de postales del Instituto Riva-Agüero se aprecian tarjetas postales con numeración que va del 1 al 78.
- 28 En una nota de prensa de enero de 1912 se señala que la librería Amigos del País ofrecía a su clientela cartones fotográficos, tarjetas postales y prensa ilustrada. Anónimo, "Librería Amigos del País y Hno." (anuncio), *El Oriente de Iquitos*, 17 de enero de 1912, p. 2.
- 29 Anónimo, "Postales de Iquitos". *El Oriente de Iquitos*, 22 de febrero de 1921, p. 1. La nota de prensa antes señalada indica que, entre las cartulinas recibidas de Alemania, se incluían vistas de la procesión del Corazón de Jesús por la calle del Próspero, el desfile de los movilizables, la plaza de Armas, la plaza Mariscal Castilla, el malecón, la calle de Loreto y el muelle fiscal.
- 30 Un último caso identificado es el del comerciante Bernardo A. Soto Ramírez, activo en la ciudad de Iquitos desde la década de 1910. Se conocen algunas postales ilustradas coloreadas que corresponden a series editadas por este empresario, con vistas de los principales edificios públicos de la ciudad ("Puerta de la Prefectura de Loreto el 1 de Enero de 1906", "Calle de la Factoría Yquitos"). Todavía es difícil identificar la fecha y lugar en que se editaron estas series postales, que deben corresponder a la década de 1910.
- 31 Por la vía fluvial se transportaba la correspondencia con destino a la capital del país (y viceversa), a través de la ruta oficial que seguía el Ucayali, pasando por Puerto Bermúdez, donde iniciaba la Vía del Pichis, pasando por Chanchamayo y Tarma, hasta integrarse con el Ferrocarril Central, que tenía por punto final la estación de Desamparados, a pocas cuadras de la oficina central de correos. En 1906, la Dirección General de Correos y Telégrafos autorizó a la estafeta de Iquitos el derecho de remisión de correspondencia postal con el extranjero, acelerando la comunicación de este puerto con el exterior, por medio de la ruta amazónica con destino al Atlántico.
- 32 Aparentemente, la data recogida por Fuentes, quien renuncia al cargo en octubre de 1905, no incluyó la información de los últimos meses de este año.
- 33 Empero, como señala Ascensión Martínez: "Incluso después de la crisis [debacle de la economía cauchera], y con criterio eminentemente propagandístico, la elite política y económica de Iquitos proyectó al mundo una imagen inducida de modernidad a través de las Guías de Iquitos y las de Loreto, que se editaron desde 1915 y que fueron caja de resonancia de las bondades de la región y el buen funcionamiento de sus instituciones militares y civiles. Aun entonces, la ciudad se presentaba moderna y activa, cruzada por grandes avenidas a cuyos lados se alineaban suntuosos edificios y lugares reservados al esparcimiento" (Martínez Riaza, 2006, p. 265).
- 34 Los clichés son: "El río Tulumayo-Vitoc-Chanchamayo", "El río Chanchamayo" y "La Garita de Puntayacu-Chanchamayo" (Moll, 1999, p. 36). En la serie editada por Stolte en 1900 se incluyó un grabado de la famosa pintura del puerto de Iquitos hecha por el naturalista y dibujante Otto Michel. Max Uhle lo anota en la lista de postales que seleccionó en su visita a la Casa Stolte, según aparece en sus cuadernos de campo. La pintura fue también publicada en *Monitor Popular*, *Lima Ilustrado* y *La Gran Revista* (La Serna y Chaumeil, 2016, p. 151).
- 35 Existe una serie postal con vistas de la ciudad Lima, editada en París con motivo de la Exposición Universal de 1900, basada en fotografías atribuidas a Charles Kroehle. Se conoce una tarjeta postal remitida por Eduardo Polack desde París a Alemania, fechada el 25 de agosto de 1900 (Colección Juan Carlos La Serna).
- 36 Las únicas fotografías que circularon en Lima a inicios del siglo XX referidas a la ciudad-puerto correspondían a los clichés que Kroehle y Huebner tomaron durante su estancia iquiteña, entre 1889 y 1890. Algunas de estas fueron publicadas en *El Perú Ilustrado* y otras se integraron al álbum *República Peruana 1900* (La Serna, 2018).
- 37 En el caso del fotógrafo alemán Carlos Meyer, activo en Chanchamayo y Perené entre las décadas de 1890 y 1910, se conoce que produjo un conjunto de vistas con motivos regionales; estas circularon ampliamente y fueron comercializadas en negocios limeños, siendo incorporadas en diversas publicaciones de la época, incluyendo las series postales editadas por Polack y Sablich en la década de 1910 (La Serna y Chaumeil, 2016).

Referencias bibliográficas

- Chaumeil, J.-P. (2009). Guerra de imágenes en el Putumayo. En M. Cornejo y A. Chirif (Eds.), *Imaginario e imágenes de la época del caucho: los sucesos del Putumayo* (pp. 39-73). Centro Amazónico de Antropología y Aplicación Práctica, International World Group for Indigenous Affairs, Universidad Científica del Sur.
- Chernela, J. y Pereira, E. (2018). An end to difference: Imagining Amazonian modernity at the dawn of the twentieth century. *Journal of Anthropological Research* 73(1), 10-31. <https://doi.org/10.1086/696221>
- Currarino, H. y Paz de la Vega, A. (2008). *Luis Sablich Solera: Editor gráfico del Callao 1905-1930*. Gobierno Regional del Callao.
- Currarino, H. y Paz de la Vega, A. (2017). *Eduardo Polack Schneider: Pionero de la tarjeta postal del Perú 1901-1915*. Municipalidad Distrital de La Punta.
- Fernández, I. (1994). *Memories of Mexico: Mexican postcards 1882-1930*. Banobras.
- Fuentes, H. (1908). *Loreto: Apuntes geográficos, históricos, estadísticos, políticos y sociales* (Vol. 1). Imp. de la Revista.
- Herrera, M. (2018). La construcción de la peruanidad en la Amazonía: El caso del IC Centenario del Descubrimiento del Río Amazonas de 1942. *Boletín del Instituto Riva-Agüero* 3(2), 121-169. <https://doi.org/10.18800/revistaira.201802.004>
- La Serna, J. C. (2018). Forest, photography, and exposition: Visual construction of the Amazonian forest through the clichés of Charles Kroehle and the República Peruana 1900 album. *Historie(s) de l'Amérique Latine* 13, 1-21. <http://www.hisal.org/revue/article/laserna2018>
- La Serna, J. C. (2023). Ciudad letrada, empresarios de la imagen y el País de los Incas: Registro fotográfico y narrativas patrimoniales del Cusco monumental (1897-1910). *Anuario Colombiano de Historia Social y de la Cultura*, 50(1), 319-352. <https://doi.org/10.15446/achsc.v50n1.101059>
- La Serna, J. C. y Chaumeil, J.-P. (2016). *El bosque ilustrado: Diccionario histórico de la fotografía amazónica peruana (1868-1950)*. Centro Amazónico de Antropología y Aplicación Práctica, CNRS-Francia, Pontificia Universidad Católica del Perú.
- Lerner, A. (2017). Crecimiento urbano, salud pública y saneamiento en Iquitos (c.1860-1980). En J. Lossio y E. Barriga (Eds.), *Salud pública en el Perú del siglo XX* (pp. 19-45). Instituto Riva-Agüero Pontificia Universidad Católica del Perú,
- López Torán, J. (2017). La tarjeta postal como documento histórico: Una aproximación visual a la Primera Guerra Mundial. *Vínculos de Historia* 6, 286-306. <https://doi.org/10.18239/vdh.v0i6.280>
- Martínez Rianza, A. (2006). *A pesar del gobierno*. Consejo Superior de Ciencia y Tecnología.
- Masotta, C. (2007). *Indios en las primeras postales argentinas del s. XX*. La Marca Editora.
- Maúrtua, A. (1911). *Geografía económica del Departamento de Loreto*. Litografía Carlos Fabri.
- Moll, H. H. (1999). *Postal stationery of Peru: Envelopes, letters cards, postal cards and wrappers*. United Postal Stationery Society.
- Nugent, S. (2007). *Scoping the Amazon: Image, icon, ethnography*. Left Coast Press.
- Onken, H. (2014). Visiones y visualizaciones: La nación en tarjetas postales sudamericanas a fines del siglo XIX comienzos del siglo XX. *Iberoamericana* 14(56), 47-69.
- Ortiz, J. (2018). Iquitos, del caserío misional a la ciudad: El largo siglo XIX. *Revista del Archivo General de la Nación* 33, 35-50. <https://doi.org/10.37840/ragn.v33i1.71>
- Pairault, F. (2003). *Bon souvenir des colonies*. Tallandier Editores.

- Peñaherrera, L. (1984). La fotografía en el Perú. *Revista del Archivo General de la Nación* 7, 85-117.
- Santos, F. y Barclay, F. (2002). *La frontera domesticada. Historia económica y social de Loreto, 1850-2000*. Pontificia Universidad Católica del Perú.
- Valentin, A. (2009). Os "Indianer" na fotografia amazonica de George Huebner (1885-1910). [Tesis de doctorado, Historia Social]. Universidad Federal de Río de Janeiro.