



EL PUERTO DE LA PESCADORA



Huelva.

Plaza de toros.



12 N.º de 12

La Cruz de Marco antiguo

Papelaría A. del Pino. Huelva.

La imagen viajera de Huelva (1897-1940)



HUELVA - Manzanera. Plaza de San Marcos

Huelva. Maestros de la Ca. Río-Tinto.

Ramón Fernández Beviá



N.º de 12
Papelaría A. del Pino. Huelva

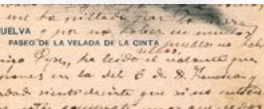
N.º 3



HUELVA - Puerto de Santa-Pé

un
Universidad
Internacional
de Andalucía
A

Premio de la Concepción
de Estudios Onubenses
La Rábida 3



un
i Universidad
Internacional
de Andalucía
A

www.unia.es

un
i
A

**La imagen
viajera de Huelva
(1897-1940)**

Ramón Fernández Beviá

EDITA:

UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE ANDALUCÍA.
SERVICIO DE PUBLICACIONES
Monasterio de Santa María de las Cuevas.
Calle Américo Vespucio, 2.
Isla de la Cartuja. 41092 Sevilla
www.unia.es

COPYRIGHT DE LA PRESENTE EDICIÓN:

Universidad Internacional de Andalucía

COPYRIGHT: El autor

MAQUETACIÓN Y DISEÑO: Genieri Design

FECHA edición electrónica: 2016

ISBN edición electrónica: 978-84-7993-306-7

Índice

Introducción	9
Capítulo 1. La tarjeta postal ilustrada: una revolución comunicacional en el S. XIX	21
1.1. Origen y evolución histórica de las tarjetas postales ilustradas	23
1.2. Utilidades de la tarjeta postal ilustrada: vanguardia de su tiempo	34
Capítulo 2. Las tarjetas postales ilustradas de Huelva	69
Capítulo 3. El destino de la simbología onubense a través de sus tarjetas postales.....	89
Capítulo 4. La imagen trasladada de Huelva	109
Epílogo. Algunas conclusiones	187

un
i
A

Introducción



Casa de las Mojas

Havana

HABANA - Ministerio de Fomento

HABANA - Ministerio de Fomento



Havana

Havana



HUELVA.—Calle de la Concepción

N.º 11

Papelaría A. del Pino, Huelva

A. del Pino de Lugo. José Repardo

© 1904 - H. del Pino



HUELVA - Puerto de Huelva



Un título a nuestro juicio tan sugerente como la imagen viajera de Huelva responde a afrontar la temática desde dos dimensiones: espacial y temporal. Y la analizamos sobre un soporte que constituyó, desde las últimas décadas del siglo XIX hasta bien avanzado el XX, la plataforma más popular y efectiva para esa difusión espacial y que, precisamente por esa popularidad y extensión de su uso, llega a nuestros días –viaje temporal- para presentarse como una herramienta básica de aproximación a ese periodo distante ya, como mínimo, setenta y cinco años y casi ciento veinticinco años en su origen (imagen i.1.).

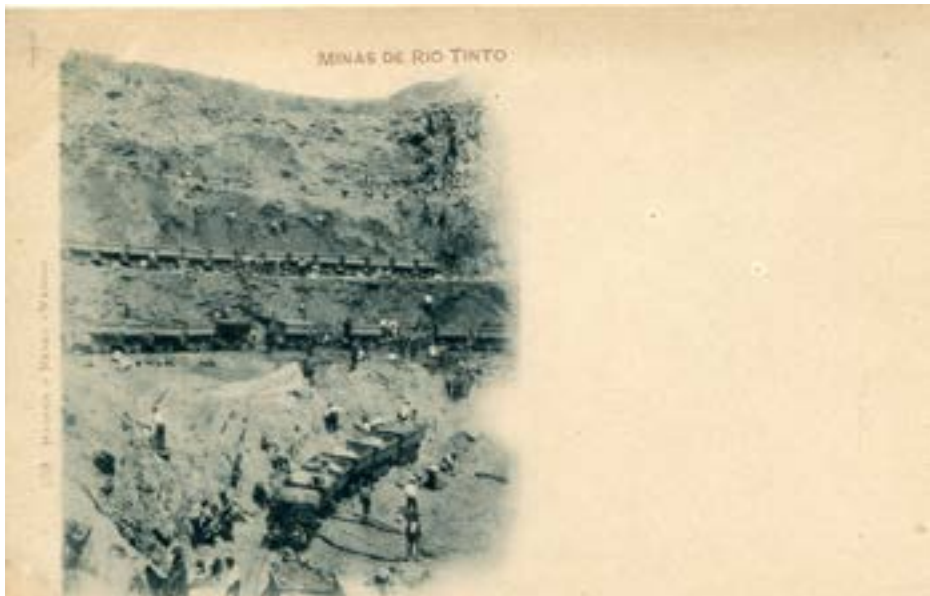


Imagen i.1. Primera TP ilustrada editada con una imagen de Huelva, en 1897./ Col.Autor

Las antiguas tarjetas postales ilustradas sobre Huelva nos permiten conocer como era ésta completando las referencias bibliográficas, hemerográficas, e historiográficas -de reproducción limitada- que si han sido reconocidas como fuentes principales en las investigaciones sobre su historia reciente, verificándose probablemente una valoración injusta como tales para nuestras tarjetas postales

antiguas (TPA). El calificativo de “antigua” que asignamos a las postales objeto de este estudio acota el análisis a un periodo muy determinado de nuestra historia próxima, el comprendido entre 1897 y 1940.

Un componente básico del contenido de las tarjetas postales ilustradas es la fotografía. Esta, en general, y al contrario que en nuestro caso sobre análisis a partir de tarjetas postales, no ha venido constituyendo una fuente documental usual para investigaciones científicas¹, relegándose su uso a la investigación sobre la historia de la propia fotografía, la llamada fotohistoria.

Ello se ha debido fundamentalmente a que su consideración documental no fue algo generalizado en el S.XIX y las dos primeras décadas del XX, pues la mayor parte de los profesionales no solían conservar sus fondos, deshaciéndose de sus negativos pasado un tiempo, pensando que en su dinámica comercial no volverían a ser de utilidad. Hay excepciones vinculadas a la ingeniería civil², sobre todo en paralelo al importante desarrollo de grandes obras, como puentes metálicos, desarrollos portuarios y faros; y a las expediciones científicas de finales de la segunda mitad del S.XIX, si bien ha prevalecido lo escrito sobre la imagen en la valoración de la fuente. En los últimos tiempos esta visión academicista ha evolucionado y, en tal línea, las fotografías que protagonizan las tarjetas postales necesariamente hemos de considerarlas como una fuente documental principal. El específico valor documental de las tarjetas postales antiguas es defendido también expresamente por autores como Lesley Gordon (2001)³ y Lisa Ann Lavender y Règine Thiriez (2005)⁴.

Así mismo, Quirós (1992)⁵, valorando la importancia de la documentación foto-histórica en general, y la histórico-geográfica en particular, destaca, respecto a las fuentes bibliográficas y hemerográficas, el uso de la tarjetas postales, al ser *mucho más accesibles merced a sus elevadas tiradas y al afán coleccionista que suscitaron desde su aparición*. Añade, en este sentido, que la variedad de los temas que inicialmente se representaban en las tarjetas hacen precisamente de las de comienzos de siglo (XX) *un material de gran utilidad para documentar no pocos hechos geográficos, aunque con un acusado dominio de los de naturaleza urbana*.



Imagen i.2. Una de las TP's que ilustran el libro "El Puerto de Huelva, Historia y Territorio" /Col.Autor

La importancia de la tarjeta postal desde esta perspectiva se contrasta siendo relativamente frecuente encontrar bibliografía sobre la historia de las ciudades de finales del siglo XIX principios del XX, en cualquiera de sus vertientes, que basan gran parte de su contenido fotográfico en reproducción de tarjetas postales antiguas (imagen i.2.).

De hecho, una gran parte de las referencias bibliográficas que en temas histórico-onubenses contienen ilustraciones fotográficas correspondientes al periodo considerado se apoyan, para estas, fundamentalmente en imágenes reproducidas de tarjetas postales antiguas.

Así, por ejemplo, es el caso de "Huelva, Antes y Ahora"⁶; "El Puerto de Huelva, Historia y Territorio"⁷; y "Huelva, Noticias de un Siglo"⁸. También de "Huelva Ilustrada, 3000 años de paisaje urbano"⁹; "La formación de la provincia de Huelva y el afianzamiento de su capital"¹⁰, "Huelva, gestión de ciudad"¹¹, "Huelva, marítima

y minera 1929¹², “Plazas de Toros de Huelva”¹³, “Guía de la Arquitectura de Huelva”¹⁴, y “El agua en la historia de Huelva”¹⁵, por citar algunos de los más destacados y de diversas temáticas.

Estos libros, que son referencia en la historiografía onubense, mermarían notablemente sus contenidos si no dispusiesen de las tarjetas postales antiguas. Por ejemplo, en el libro citado de las Plazas de Toros de Huelva, siete de las nueve fotografías retrospectivas que contiene corresponden a tarjetas postales antiguas (imagen i.3).



Imagen i.3. Plaza de Toros de Huelva. TP editada en 1917 /Col.Autor

Otro ejemplo nítido es el artículo de M^a Antonia Peña (1991)¹⁶ sobre la historia del Convento de la Merced (uno de los símbolos identificados en este trabajo como “viajero”) a partir de la Desamortización, en el que figuran siete ilustraciones. De estas, cinco son reproducciones de tarjetas postales antiguas (imagen i.4.).

En línea con lo anterior, Philippe Garner (2006)¹⁷ afirma con contundencia en un artículo periodístico la evidencia de que *los contenidos de las postales antiguas revelan mucho más acerca del los tiempos en que fueron enviadas de lo que sus remitentes hubiesen imaginado*. Constituyen, de esta forma, un importante y útil puente de comunicación pasado-futuro, nuestra dimensión temporal.



Imagen i.4. Plaza e Iglesia de la Merced. TP editada en 1928 /Col.Autor

Hoy en día, el *consumo* entendido como experiencia se perfila respecto a las ciudades y los lugares como un factor determinante para la gestión del *place marketing*. Y las imágenes crean deseo, expectativas de consumo y de experiencia. La edición de tarjetas postales antiguas tuvo, a nuestro juicio, una finalidad rotunda dirigida al consumo interno, para reafirmar la identificación de los símbolos principales; y para consumo externo, al objeto de ejercer atracción dirigida a los foráneos.

La imagen urbana¹⁸ es una representación mental global del medio urbano que se construye a partir de determinados rasgos y/o atributos seleccionados especialmente desde distintos lugares de la ciudad, a fin de sintetizar una imagen que diluya otras tantas posibles. Para Lacarrieu (2007)¹⁹, *toda imagen urbana tiende a estabilizarse. Aún así, puede mutar ligeramente por la integración de nuevos componentes, o la eliminación de otros*. La imagen también es una representación mental de los atributos y beneficios percibidos del producto o marca²⁰. La imagen de una ciudad, y su reputación en sentido amplio, está implícita en la marca constituida por el propio nombre de la ciudad.

Y una imagen de ciudad es alimentada por la fotografía, que resulta sustancial en la transmisión de la misma porque, como indica Gisèle Freund (1993)²¹, su importancia no sólo reside en el hecho de que es una creación sino sobre todo en el hecho de que es uno de los medios más eficaces de moldear nuestras ideas y de influir en nuestro comportamiento. La imagen de la ciudad se puede definir, según Gómez Rodríguez²², *como el conjunto de creencias, impresiones e ideas que se tienen acerca de ella*. Parece razonable interpretar que las imágenes transportadas por las TPA posibilitaban la creación de este conjunto.

Una atractiva imagen de ciudad genera plusvalías en el sentimiento de pertenencia de sus ciudadanos, fomenta corrientes de optimismo y confianza que estimulan la asunción de riesgos y posibilita iniciativas impulsoras de innovación y riqueza. Tal clima interno derivado de la imagen de la ciudad se transmite al exterior y complementa el atractivo básico que la misma pueda generar espontáneamente. Los antecedentes históricos y la situación actual nos conducen a considerar que existía y existe un mercado de ciudades, en muy diversos planos, y que la competencia entre las ciudades ha sido y es un hecho constatable, antaño y en nuestros días. Huelva, la ciudad y su provincia, a través de sus tarjetas postales ilustradas competían, dentro de sus posibilidades, con otros lugares.

Mientras que la imagen está constituida por las percepciones que puedan tenerse de la ciudad en un momento dado, la identidad es la aspiración, y refleja las percepciones que deberán desarrollarse y reforzarse para que perdure²³. La identidad puede equipararse con el *posicionamiento*, en el sentido de lugar que desea ocupar la ciudad, según las percepciones respecto a ella, en relación con otras ciudades.

Las TPA de Huelva trataron de crear una imagen como aspiración de identidad.

Así, consideramos a la TPA como portadora de imágenes representativas, cuyo concepto compartimos con James Gibson²⁴ que las define como *las que proporcionan estímulos informativos acerca de otras cosas distintas de lo que ellas misma son*. Hay autores que de forma expresa atribuyen cualidades comerciales a las tarjetas postales. Es el caso de Zukin²⁵, quien indica, precisamente, que las tarjetas postales son representaciones visuales de las ciudades que desde finales del S.XIX, principios del XX, han posibilitado el “venderlas”.

Un asunto de interés que siempre nos ha concernido es la definición de la identidad de Huelva. Con mayor significación que en otras provincias, todas también afectadas por el fenómeno migratorio ámbito rural-capital, el crecimiento poblacional de la capital onubense en el siglo XX fue espectacular. Multiplicó su población por seis desde 1900 hasta la década de los ochenta del siglo, periodo en que se estanca la cifra. El crecimiento²⁶ relativo que ello supuso, un 500%, supera notablemente la media (283%) y los incrementos de todas las capitales andaluzas, y también la media española, que fue del 345%. Pero hay, además, un salto cuantitativo clave en este periodo que corresponde con la implantación del Polo Industrial de finales de los sesenta. Hasta entonces Huelva capital había crecido aproximadamente un 350% sobre 1900. Estos datos materializan la realidad constatable de que una mayoría de los ciudadanos de la capital onubense o no son nativos de la misma o sus raíces familiares se remontan a una generación, a lo sumo. El arraigo al que conduce esta evidencia es menor al de otros lugares y esto necesariamente afecta a la identidad.

La identidad, como resultado de una cultura territorialmente configurada (cosmogonía + ética + territorio) afirma Boisier (1996)²⁷, es llamada ahora al centro de la cuestión de la competitividad, al ofrecer una vía para la diferenciación de productos (y en consecuencia, para la creación de nichos específicos) en un juego competitivo.

En este caso concreto de Huelva, el desarraigo citado favorece el desconocimiento de sus orígenes, y aunque es verdad que estos en la mayoría de los lugares se remontan siglos o milenios en la historia (como también en el que

nos ocupa, probablemente el primer asentamiento poblado en la historia de occidente, con cinco mil años de antigüedad), muchos de los elementos que configuran la identidad de los mismos tienen su origen en los desarrollos verificados a finales del XIX y principios del XX o en la propia consciencia, manifestada desde entonces, de su origen anterior para los casos en los que se conserva el testigo de un pasado pretérito.

Por eso los contenidos y la circulación de las tarjetas postales ilustradas en nuestro periodo pueden aproximarnos al concepto identidad de Huelva. Estudiando este universo podemos realizar una contribución a esa definición identitaria quizá indeterminada. Proponemos, planteamos y ejecutamos aquí otra forma de “mirar” a las tarjetas postales antiguas de Huelva, apreciando el interés y las motivaciones sobre la transmisión de una identidad, conformante de imagen exterior, a ciudadanos de otros espacios en una época muy restringida aún en materia de comunicaciones visuales. Una percepción en términos de eficaz “herramienta” de marketing.

Lacarrieu (2007)²⁸ atribuye a la tarjeta postal la condición de *vitrina*. Se apoya en el concepto utilizado por Armando Silva²⁹, quien indica que *la vitrina es una ventana. En ella construimos un espacio para que los demás nos miren, pero también miramos a través de ella. Y, aún más, de la manera como nos miran podemos comprender como nos proyectamos, y de la forma como la vitrina se proyecta podemos entender como dispone ser vista.*



Capítulo 1

La tarjeta postal ilustrada: una revolución comunicacional en el S. XIX

1.1. Origen y evolución histórica de las tarjetas postales ilustradas

1.2. Utilidades de la tarjeta postal ilustrada: una vanguardia de su tiempo

18. HUELVA — Clínica y hoteles
de los doctores MACKAY y MACDONALD



1.1. Origen y evolución histórica de las tarjetas postales ilustradas

Hay un cierto consenso en considerar que la idea original de la comunicación a través de tarjetas postales se atribuya al alto funcionario de correos de Alemania del Norte, Heinrich von Stephan³⁰, quién propuso, en la Conferencia Postal Internacional celebrada en Karlsruhe en 1865, la creación de la tarjeta postal con franqueo reducido.

La iniciativa sugería un cambio sustancial en la correspondencia tradicional, abriendo una línea revolucionaria a través de comunicaciones no reservadas, factibles para una variada gama de mensajes que no necesariamente tenían que preservar su contenido en sobres cerrados.

Hemos encontrado, no obstante, una cita que registra Alfonso Pinto (1953)³¹ referida al texto siguiente, publicado en el *Almanach de la Petite Poste de París*, casi cien años antes, en 1777: *“En la actualidad se remiten por vía postal, ya por galantería, ya con objeto de felicitar, grabados estampados en forma de cartas, regularmente acompañadas de comunicaciones y que se transmiten abiertas y visibles para todos. Mucho ha dado que hablar esta novedad, invención debida al grabador Demaison. Hay quien sostiene que así se fomenta la murmuración del servicio doméstico, que de esta forma puede inmiscuirse en las interioridades de todo el mundo”*.

En cualquier caso este precedente no constituyó algo generalizado ni parece que perdurara en el tiempo, como admite el propio Pinto.

Volviendo a 1865, el planteamiento de Stephan no tuvo mucho éxito hasta que cuatro años más tarde³², el 2 de julio de 1869, Enmanuel Hermann, profesor de Economía Nacional de la Academia Militar de Wiener Neustadt, escribió un artículo para el periódico austriaco *Neue Freie Presse*, titulado “Nuevo medio de correspondencia postal” poniendo de manifiesto las importantes ventajas que supondría al Tesoro Público la introducción de la tarjeta postal.

El mensaje de la tarjeta no debía tener más de veinte palabras, incluyendo la firma y la dirección. El coste del franqueo sería muy reducido, de dos Kreuzer, que equivalía a dos céntimos de florín, la moneda austriaca de la época. Sensibles

Capítulo 1. La tarjeta postal ilustrada: una revolución comunicacional en el S. XIX

definitivamente a esta propuesta, las autoridades del Imperio Austro-húngaro crean por ley, el 25 de septiembre de 1869³³, la tarjeta postal, que sería puesta en circulación por vez primera en octubre de ese año. Este primer tipo de tarjetas postales, de carácter oficial, venía impreso con el sello o franqueo y carecía de ilustración, son denominadas actualmente en el ámbito del coleccionismo “tarjetas entero postales” (imagen 1.1).

La primera tarjeta postal fue lanzada en Viena el uno de octubre de ese año y en los tres meses siguientes se vendieron más de tres millones de unidades³⁴. En los sucesivos años³⁵, las administraciones de correos de distintos países fueron adoptando el nuevo sistema: Alemania (el primer día, 6 de junio, se vendieron³⁶ 45.468 unidades), Luxemburgo y Gran Bretaña, en 1870; Suiza, Bélgica, Países Bajos, Dinamarca y Canadá, en 1871; Rusia, Finlandia, Suecia, Noruega, Francia y Ceylán, en 1872; España, Rumanía, Estados Unidos, Japón y Serbia, en 1873; Italia, en 1874; y posteriormente el resto de la comunidad internacional.



Imagen 1.1. Entero postal remitido desde Huelva a Hamburgo el 27 de abril de 1891. / Col.Autor

Como consecuencia de la expansión del nuevo uso se crea, en el Congreso Postal de Berna de 1874, la Unión General Postal, que derivaría en la Unión Postal Universal, con sede en Suiza, estableciéndose una serie de acuerdos entre los países miembros que facilitarían la correspondencia internacional y, consiguientemente, el intercambio de tarjetas postales.

En el nacimiento de la entidad supranacional postal tuvo una importante participación el citado precursor, von Stephan. El marco de esta institución permitió, entre otras disposiciones, que se homologaran las dimensiones de la tarjeta postal, en 1878, a 14 x 9 cms., algo mayores que las originarias enteros postales y ligeramente inferiores a las tarjetas postales actuales, que suelen medir 10,5 x 15 cms. La nueva dimensión estándar fue adoptada en la mayoría de los países, con excepción de Gran Bretaña³⁷, que no la aceptó hasta 1899.

Poco después del nacimiento de la tarjeta postal “oficial”, en 1870, y en el contexto de la guerra franco-prusiana, se incorporan por particulares a los enteros postales las primeras ilustraciones, consistentes en símbolos, escudos y dibujos (imagen 1.2.)

Concretamente³⁸, en noviembre de ese año, un librero francés llamado León Besnardeau, para abastecer (al acabarse el papel para cartas) a un contingente de 40.000 soldados acampados próximos a su ciudad, Sillé-le-Guillaume, se le ocurrió la idea de suministrarles tarjetas postales ilustradas con grabados de cañones, tiendas de campaña y otros atributos militares (y el escudo de Bretaña), con las que comunicarse con sus familias. Imprimió en estos enteros postales ilustrados la leyenda *Guerre de 1870. Camp de Conlie. Armee de Bretagne*.



Imagen 1.2. TP enviada por el Cónsul de España en Guayaquil a Huelva, en 1888 /Col.Autor

De esta historia no se tuvo común conocimiento hasta que entrevistaron al propio Besnardeau, treinta y dos años más tarde, en septiembre de 1902, información aparecida en un artículo del diario parisino *Petit Journal*. Hay diversas fuentes que consideran este hecho el precursor de las tarjetas postales ilustradas, aunque otras³⁹ atribuyen tal antecedente a un librero alemán, de Oldenburgo, A. Schwarz, como el primer editor con una postal ilustrada el 16 de julio de ese mismo año, 1870. Al litógrafo alemán Miesler también se le atribuyen las primeras postales adornadas con ilustraciones⁴⁰, así mismo en 1870. En cualquier caso, a partir de 1873 se extiende la edición en Alemania, y posteriormente en Suiza, de tarjetas ilustradas con paisajes. Es, sin embargo, en 1883 cuando se generaliza, comenzando a producirse las populares “Grüss aus”, que reproducen vistas de ciudades a partir de artísticos dibujos, impresos por medio de litografía. El editor más característico de este tipo de postales fue el suizo Kunzli⁴¹.

Al final de esta década de los ochenta del XIX se produjo el definitivo impulso de la postal ilustrada, ocasionado por la celebración de la exposición universal de París de 1889, varias de cuyas imágenes, dibujos de la torre Eiffel, se reprodujeron en este formato en tiradas que superaron los 300.000 ejemplares. También constituyó el inicio de producciones a través de la depurada técnica de la fototipia, sistema que favoreció la introducción de imágenes fotográficas con resultados de extraordinaria calidad.

Diez años más tarde, en 1899, tuvo lugar en Niza la *Primera Gran Exposición de Tarjetas Postales Ilustradas de todos los países y naciones*. Dichas tarjetas postales ilustradas, editadas como indicamos por particulares, coexistían con los entero postales pero, a diferencia de estos, no llevaban impreso el franqueo, por lo que requerían sello para circular a través del sistema oficial de correos. Los distintos países fueron autorizándolas en sucesivos años. Francia, por ejemplo, las permitió tempranamente, a partir de 1875. Antes incluso, en Gran Bretaña fue autorizada la circulación de tarjetas postales impresas por particulares en 1874. En España no se autorizaron hasta 1887, aunque previamente circularon algunas con naturaleza de cartas ordinarias⁴². De hecho, la República Española en 1873 prohibió expresamente la correspondencia de tarjetas postales particulares para evitar la fuerte competencia que podrían hacer a las tarjetas entero postales oficiales. La más tardía de las principales naciones en este paso evolutivo fue Estados Unidos⁴³, donde no fueron permitidas hasta mayo de 1898.

Avanzando en estos finales del S.XIX, la progresión en la utilización de tarjetas postales va alcanzando unas cifras espectaculares. En 1885, en la Gran Enciclopedia Francesa⁴⁴ se destaca que se producen en el globo terráqueo circulaciones de mil millones de postales al año, de las que viajan en correspondencia internacional una décima parte. Esta cantidad incluye postales oficiales e ilustradas particulares. Según dicha publicación, sobresalen por el número de circulaciones (fundamentalmente interiores, como se indica), Alemania, con 260 millones de envíos; Gran Bretaña, con 200 millones de envíos; Imperio Austro-Húngaro, con 110 millones de envíos; las Indias Británicas, con 70 millones; Japón, con 56 millones; y Francia, con 40 millones de envío.

Ateniéndonos a otras fuentes posteriores, este cálculo posiblemente respondía a una exageración aún en esa década, pero es indicativo de la percepción contemporánea, y en todo caso a principios del siglo XX dichos volúmenes se superarían con creces. Más ajustadas y realistas, no obstante, son las cifras de producción de 1899, año singular por las razones anteriormente expuestas, en lo que se refiere exclusivamente a tarjetas postales ilustradas: Alemania, 88 millones de tarjetas ilustradas impresas; Gran Bretaña, 14 millones de tarjetas; Bélgica, 12 millones (con solo seis millones de habitantes); y Francia, 8 millones de tarjetas.

Este volumen tan notable de Alemania también estaba relacionado con la expansión internacional que llevaron a cabo sus afamados impresores y que al cabo de dos o tres años se multiplicaría casi por diez. En general, las postales (ilustradas o no) circuladas en el año 1895 en el conjunto de la Unión Postal⁴⁵ ascendían a la espectacular cifra de 2.137 millones de unidades. En cualquier caso, el uso de la fotografía para ilustrar las tarjetas postales se generaliza a partir de 1896. Muchos fotógrafos itinerantes, que iban captando *vistas* con sus cámaras para conformar catálogos y comercializarlas desde sus emplazamientos de origen, optaron por transformar su negocio aplicándose a la edición de postales con esas imágenes.

Traspasado el umbral del siglo XX, y en la línea de la progresión creciente de la circulación cartófila, la revista española, *La España Moderna*⁴⁶, haciéndose eco a su vez de una homóloga francesa, *Revue Blue*, cifraba ya en un millón las tarjetas diarias circuladas en Francia en 1904, duplicándose en los veranos de los siguientes años 1905 y 1906.

Francia a estas alturas estaba en un nivel intermedio en el conjunto de naciones por su volumen de circulación de postales; por debajo de las grandes europeas, Alemania, Bélgica, Suiza, Holanda y los estados escandinavos; y por encima de España, Portugal, Italia y Turquía. Para llegar a estas estimaciones curiosamente se basaban en el número de tarjetas que quedaban sin repartir por diversas causas. El autor del artículo advierte en cualquier caso que para que una tarjeta no llegase a su destino tenía que ser prácticamente imposible tal culminación, y pone como ejemplo que ese mismo verano de 1906 personalmente había recibido una postal remitida desde Londres sin más dirección que “Mr.Araujo-Spain”, donde ni siquiera se indicaba Madrid como ciudad destino.

En Alemania, líder en correspondencia de tarjetas postales, según la Memoria de la Unión Postal Universal⁴⁷ correspondiente a 1904, en este año habían circulado por sus oficinas de correos 1.161 millones de postales. El segundo puesto según esta acreditada fuente correspondía a Estados Unidos, con 770 millones.

En Inglaterra, según una información aparecida en *La Ilustración Artística*⁴⁸, publicación barcelonesa destinada a los suscriptores de la *Biblioteca Universal Ilustrada*, ya en 1885 el consumo de postales se había constituido en tan común necesidad que funcionaban en Londres distribuidores automáticos de tarjetas postales para salvar el cierre dominical de estancos y establecimientos de venta ordinaria. Estos distribuidores, que solían colocarse en estaciones ferroviarias y concurridos cafés, consistían en unos cajones de palastro con una cubierta inclinada en forma de pupitre, en la que se podía escribir, y un cuadro trasero en el que se indicaba la forma de operar para obtener las postales, previo pago de una moneda.

En España⁴⁹, en los dos primeros años de vigencia de las tarjetas postales, recordamos a partir de 1873, en este caso *entero postales*, la Fábrica Nacional de Moneda y Timbre llegó a confeccionar 3.310.500 unidades, lo que revela el enorme éxito de la fórmula. Las primeras postales ilustradas no circularán en nuestro país, sin embargo, hasta 1892. En este sentido, en 1890⁵⁰ se produce un hito determinante en la evolución de las tarjetas postales ilustradas en España, el nacimiento de la *Sociedad Regular Colectiva Hauser y Menet*, creada por Oscar Hauser y Adolfo Menet, dos fotógrafos suizos que habían llegado a nuestro país contratados por una galería madrileña y que, ante las expectativas comerciales que se presentaban, optaron por independizarse.

Iniciaron su actividad con la realización de un catálogo de paisajes españoles y la producción de láminas a partir de esas fotografías, denominadas *Vistas y Monumentos de España*. Hasta ese momento era frecuente la lectura en prensa de artículos que reflejaban el desencanto de los más progresistas por el retraso que el uso de las tarjetas postales tenía en España.

En el diario *La Dinastía*, editado en Barcelona, el 3 de diciembre de 1890, el articulista y coleccionista cartófilo Francisco Carreras⁵¹, con motivo de la entrada en

circulación de una nueva tarjeta postal (entero postal) de 10 céntimos, llamaba la atención sobre la indiferencia de la prensa respecto a esta noticia prueba, según él, del notable *atraso postal* que padecía el país.

En este contexto tan incipiente, Hauser y Menet editaron con su fototipia la primera postal⁵² de la que se tienen noticias como circulada en España, titulada “Recuerdo de Madrid”. Esta TPA fue enviada de Madrid a Barcelona el día 21 de octubre de 1892. La postal está ilustrada con un dibujo tipo collage en el que aparecen cuatro aspectos monumentales de la capital. Hauser y Menet llevaron a cabo a finales de esta década una progresiva dinámica de producción basada en un catálogo de hasta setecientas vistas de toda España. Concretamente, en 1897 iniciaron la comercialización de las primeras postales de su *serie general*, según la terminología de Martín Carrasco (1992)⁵³, sobre un catálogo de más de 150 vistas de la mayoría de las provincias españolas. Resultado de nuevos viajes, el mismo fue ampliado entre 1901 y 1905 a más de dos mil originales.

En 1898 aparece un primer anuncio de estos editores en la sección de clasificados del Blanco y Negro⁵⁴ que decía: *Tarjetas Postales con vistas de España en Fototipia. Remitiendo una peseta en sellos de correos se mandan 5 muestras por certificado. Hauser y Menet. Ballesta, 30. Madrid.*

Los industriales suizos editaban directamente y también trabajaban los encargos de terceros, singularmente los editores de provincias, a los que exigían, en 1902⁵⁵, un pedido mínimo de 5.000 unidades sobre 10 originales diferentes; 500 ejemplares, por tanto, de cada original. Su crecimiento es manifiesto al comparar la evolución de las cifras de negocio: en 1892 vendieron alrededor de 500 tarjetas de un solo original⁵⁶, la citada “Recuerdo de Madrid” y en 1902 su producción ascendía a 500.000 ejemplares mensuales.

Aunque la firma que destacamos gozaba de una cierta hegemonía, antes de 1900 hubo otros editores e impresores que ya operaban en España: López Editor, Litografía M. Pujadas y Hermenegildo Miralles en Barcelona; Policarpio Sanz Calleja, en Madrid; Ramón Ortega, en Valencia; Litografía Romero, en Tenerife; y otros, españoles y alemanes, fundamentalmente.

Muy poco después se generaliza la oferta de ediciones de postales, como pone de manifiesto la numerosa publicidad en prensa generalista. Como ejemplos, en el número de la revista *Nuevo Mundo*⁵⁷ publicada el 26/9/1902 aparecen dos anuncios casi simultáneos de Jean Lacoste (sucesor de Laurent) y de la casa Thomas (imagen 1.3.), ambas ofreciendo una variadísima gama de postales ilustradas.



Imagen 1.3. TP editada por Fototipia Thomas /Col.Autor

A estas TPA se podía acceder formulando las peticiones, precisamente, a través de una tarjeta postal; y en el número 759 de la misma revista⁵⁸, en julio de 1908, de los anuncios por palabras que aparecían publicados solo la temática sobre TP tenía más de uno, concretamente tres, de impresores, de librerías y de editores.

La mayoría de los autores consideran la etapa que transcurre desde 1869 hasta 1900 como el periodo del *nacimiento* de las tarjetas postales. En ese periodo, y antes de la publicidad citada de Hauser y Menet, tan solo hemos visto un anuncio de un establecimiento barcelonés⁵⁹, el de Oscar Scheurmann, que ofrecía *tarjetas postales con preciosas vistas, de España y el resto de Europa, 100 tarjetas diferentes.*

Como podrá comprobarse más adelante, este resulta un catálogo muy reducido frente a las miles de TP que se pondrán a la venta en los establecimientos especializados tan solo tres o cuatro años más tarde.

Entre 1901 y 1905 tiene lugar una época denominada *de oro*⁶⁰ en la producción y circulación de tarjetas postales ilustradas. El uso de las TP se había puesto entonces espectacularmente de moda, y en especial su consumo a través de intercambios internacionales. Algunos estudiosos amplían este intervalo dorado hasta 1915, dependiendo de los países. En tal periodo España se equipara al resto de Europa en el uso de tarjetas postales y experimenta, siguiendo una directiva de la Unión Postal Universal y adoptando una medida que ya estaba aplicada en otros países, otro hito singular en la historia de las TP: a partir diciembre de 1905 Correos autoriza a dividir el reverso para situar a la derecha la seña del receptor de la tarjeta y a la izquierda el mensaje enviado por el remitente, de modo que el anverso, ocupado por una fotografía u otra ilustración, no se *pisaría* con el contenido del mensaje.

Esta medida, idea originaria de Gran Bretaña, se adoptó comúnmente en un pequeño intervalo de años en todo el mundo (Gran Bretaña, 1902; Francia, 1904; Alemania, 1905; EEUU, 1907). Hasta entonces el reverso podía ocuparse solo por las señas de la persona a la que se dirigía la postal, por lo que las ilustraciones e imágenes fotográficas del anverso solían cubrirse, al menos parcialmente, para escribir los textos de las mismas.

Transcurrida la llamada edad de oro, las tarjetas postales siguieron circulando con gran intensidad, habiéndose consolidado un mercado de recuerdos turísticos y de intercambios en el marco de coleccionismo que aseguró una lucrativa industria de edición e impresión. La dimensión social de las tarjetas postales ilustradas era inmensa. Los países trasladaban a las ediciones que se llevaban a cabo en sus territorios la impronta de su personalidad y los rasgos singulares de sus respectivas culturas⁶¹.

A partir de la segunda década del S.XX se produce una desaceleración en el consumo de tarjetas postales ilustradas. Coincidiendo con la Primera Guerra Mundial, a pesar de que esta fue una notable fuente de imágenes y argumentos

utilizados en las tarjetas (imagen 1.4.), se verificó una reducción en la producción, sobre todo en Alemania, el principal impresor mundial. También influyó la popularización del uso del teléfono⁶².



Imagen 1.4. TP con militares de la 1ª Guerra Mundial /Col.Autor

Resultaba más inmediato avisar de alguna noticia a través del teléfono que por tarjeta postal. Además, se desarrollaron publicaciones con ilustraciones fotográficas, revistas y formatos *bolsillo*, que compitieron intensamente con las tarjetas postales, al reducir precios y aumentar las tiradas, por los avances en los métodos de producción de las ediciones en general.

Durante el periodo considerado por nuestro estudio, 1897-1940, las técnicas de impresión de postales fueron diversas, resultando muy notables las primeras fototipias. Se introdujeron, a través de distintas modalidades, policromías en las ilustraciones, pero precisamente hasta la década de los cuarenta e incluso más tarde, se mantuvieron casi sin cambios el uso y sistemas de producción de las tarjetas postales.

1.2. Utilidades de la Tarjeta Postal Ilustrada: vanguardia de su tiempo

El nacimiento y desarrollo de la tarjeta postal constituyó una auténtica revolución. Desde la perspectiva comunicacional, podríamos equipararla⁶³ al impacto que la popularización del correo electrónico supuso en la primera década del siglo XXI.

Como hemos visto, el objetivo inicial de los que la idearon era disponer de un soporte de correspondencia más fluido y económico que el precedente, las cartas ordinarias. Lo más probable es que no imaginaran entonces hasta en que medida a los pocos años se multiplicaría el uso de la misma, ampliándose con el tiempo su versatilidad.

Distinguimos los principales usos:

- 1.2.1. comunicación postal básica
- 1.2.2. publicidad
- 1.2.3. recuerdo y promoción turística
- 1.2.4. divulgación artística
- 1.2.5. conmemorativo y periodístico
- 1.2.6. coleccionismo

Fue tal la extensión en el uso de las tarjetas postales ilustradas que resulta fácil encontrar, no obstante, destinos adicionales a los definidos en esta sintética clasificación. Por ejemplo, en 1904, en la revista *La Escuela Moderna*⁶⁴ se abogaba, tomando como base la excelencia de una serie de postales puestas a la venta en una librería de la calle del Prado de Madrid, por el uso pedagógico de las mismas, orientado fundamentalmente a la divulgación de conocimientos geográficos.

Quizá haciéndose eco de esta sugerencia, en 1905 en Madrid fue editado el *Atlas Postal*, colección de postales impresas a varias tintas que contenía, además de los mapas de los distintos estados y colonias, descripciones abreviadas sobre datos geográficos, económicos y políticos.⁶⁵



Imagen 1.5. TP editada por el Consejo Nacional de Educación sobre La Rábida, en 1919./Col.Autor

No menos explícita, en esta vertiente educacional, fue la intención del Consejo Nacional de Educación español, que en la simbólica fecha del 12 de octubre de 1919 editó una postal (imagen 1.5.), que forma parte del catálogo confeccionado en el apartado empírico de esta investigación, con el título en el anverso de *Monasterio del La Rábida, Cuna del descubrimiento de América*.

Esta TPA reproduce una fotografía panorámica del enclave desde su ángulo sur, y que contiene en su reverso una extensa leyenda en la que se resalta la importancia histórica del convento y sus moradores en el acontecimiento colombino.

Continuando con ejemplos de usos diversos, en 1900 las autoridades belgas realizaban una campaña contra el juego articulada a partir de un modelo de tarjeta postal⁶⁶; En París, el 22 de octubre de 1903⁶⁷, apareció en los puntos de venta un periódico diario singular, *La Carte Journal*, en soporte tarjeta postal, que reproducía en cada número uno o dos grabados de actualidad y un brevísimo resumen de los sucesos y telegramas del día.

En diciembre de 1902, editadas por Mauser y Menet, aparecieron dos series de la colección El Estudiante de Salamanca, consistentes en 20 postales con fragmentos del poema de Espronceda en cada tarjeta ilustrada⁶⁸.

La revista española *Vida Galante*⁶⁹ publicó durante agosto y septiembre de 1903 una novela por entregas en tarjetas postales ilustradas; en ese mismo año⁷⁰, en diciembre, se organizó una campaña para el socorro de la Beneficiencia Gaditana basada en una colección de tarjetas postales ilustradas.

En 1905 el ingenio inventor alemán⁷¹ no da tregua e idea un medio de hacer “hablar” a la tarjeta postal. El sistema era sencillo, la lámina de cartón iba cubierta de una sustancia especial sobre la cual se grababa el sonido con el punzón de un receptor fonográfico. Impresionada la lámina con la frase o frases, se echaba la tarjeta al correo y el destinatario la colocaba en su fonógrafo, recibiendo el mensaje grabado.

Un par de décadas más tarde, en 1927, un empresario también alemán⁷² diseñaba una tarjeta postal con un mecanismo que por medio de un microcircuito de estaño podía permitir una recepción puntual de radiodifusión.

La política no pudo ser ajena al extraordinario impacto popular de las postales. Así, amén de su uso para soporte de campañas como la citada belga y la profusión de postales conmemorativas sobre acontecimientos con perfil político, también se dictaron prohibiciones por razones políticas a determinadas ediciones.

En esa línea⁷³, el gobierno ruso prohibió la circulación de postales con el retrato del conde Tolstoi; el gobierno turco también prohibía a principios del siglo XX el uso de toda tarjeta en la que figurase el nombre de Dios o de Mahoma; en Francia se retiraron y destruyeron 80.000 postales en 1904 porque ridiculizaban la corpulencia del Rey de Portugal.

En España⁷⁴, el Gobierno de S.M. prohibió la publicación de la revista *La Tarjeta Postal Republicana*; las autoridades francesas⁷⁵, también, a principios de siglo utilizaron como instrumento político para sus intereses colonialistas en Indochina numerosas ediciones de tarjetas postales; los japoneses en el mismo sentido lo hicieron con Corea y Taiwan. Antes, en 1898, en nuestro país⁷⁶, al igual que en otras naciones que padecieron conflictos bélicos, la tarjeta postal sirvió de meca-

nismo recaudatorio fiscal, aplicándose un recargo de 5 céntimos al franqueo en concepto de impuesto de guerra. Esta cantidad para algunos envíos constituía el 100% de recargo sobre el franqueo ordinario.

Tanto en la primera como en la segunda guerra mundial, ambos contendientes, Eje y Aliados, circularon postales propagandísticas (imágenes 1.6. y 1.7.).



Imagen 1.6. TP propagandística alemana circulada a Huelva en diciembre de 1937./ Col.Autor

Un ejemplo singular fue la postal editada por los alemanes, y lanzada en las líneas británicas⁷⁷, en la que aparece una viñeta en la que un soldado norteamericano retoza con una mujer inglesa y el siguiente texto: *“Estáis luchando y muriendo lejos de vuestro país mientras los yanquis tienen dinero y tiempo de sobras para ir detrás de vuestras esposas”*.



Imagen 1.7. TP propagandística inglesa, tomada en el HMS 'Coventry' en una visita a Huelva en 1923./ Col.Autor

Otra utilidad de la tarjeta postal, muy común, consistió en utilizar su diseño, con definición expresa en el reverso de tal naturaleza, como soporte de las copias de retratos fotográficos. De alguna forma este tipo de tarjetas postales ilustradas con fotografía ocupó el espacio comunicacional que antes cubrían las 'tarjetas de visita', modelo de menores dimensiones que había causado furor en el último cuarto del siglo XIX, y al que ahora se le añadía mayor tamaño y posibilidad de remitirse postalmente.

Este formato personalizado permitía un cómodo envío a familiares y amigos *actualizando* la imagen física de las personas con las que se tenía algo en común. Se mantuvo hasta la finalización del periodo considerado en este trabajo.

1.2.1. Comunicación postal básica

La tarjeta postal ha sido, ante todo, un medio de correspondencia. La gran innovación frente al modo tradicional de enviar mensajes escritos (carta doblada y envuelta en un sobre lacrado) venía constituía por su naturaleza física (menor peso y homogeneidad) y el hecho de que su contenido podía ser visto por cualquiera (imagen 1.8.)



Imagen 1.8. TP editada por Papelería Inglesa en 1901./ Col.Autor

A medida que las comunicaciones en un mundo que se desarrollaba a partir de la revolución industrial eran más frecuentes, se comprobó que había muchos tipos de mensajes que no necesariamente tenían que ser secretos y que, además, podían ser breves. Un pedido o respuesta comercial, una felicitación onomástica, un aviso de llegada, una contestación a una consulta, etc. no requerían más simplicidad que la que podía ofrecer una tarjeta postal. El objetivo no era, por tanto, suplir a la carta ordinaria, sino más bien complementarla especializando la parte

de sus utilidades que podía optimizarse por la vía alternativa que proporcionarían las características de la tarjeta postal.

Prueba de ello es que la comunicación postal por carta no se redujo a pesar del crecimiento en progresión geométrica de la circulación de tarjetas postales. En Inglaterra⁷⁸, por ejemplo, la circulación de tarjetas postales se incrementó en un 25% del año 1902 al 1903, lo que no produjo descenso en el correo ordinario de cartas, que experimentó un pequeño incremento de un 0,7%.

Como curiosidad vinculada a este uso complementario de la TP, Carreras y Candi⁷⁹ resalta en su obra “Las Tarjetas Postales de España”, en 1903, que *la comunicación por tarjeta postal ilustrada puede calificarse de minimum de comunicación escrita. El que la utiliza, cuando no es por miras de coleccionista, suele aprovecharla, en la mayor parte de las veces, para salir del apurado compromiso de tener que escribirle a una persona a quien poco o nada tiene que decir.*

Una vertiente de la correspondencia por tarjeta postal que, a medida que fueron apreciándose sus múltiples ventajas, fue aumentando su peso relativo en el conjunto de la circulación es la comunicación comercial. Ya en el año 1879 se publicaban anuncios⁸⁰ que indicaban el requisito de comunicarse con el proveedor a través de tarjetas postales, como los grandes almacenes parisinos *Le Printemps*, que ofrecía catálogos gratuitos y francos de portes con solo solicitarlos a través de tarjeta postal.

Un requisito muy singular en la correspondencia postal a través de TPA fue que en sus inicios la firma del remitente se consideraba una exigencia de Correos para dar curso a la circulación⁸¹.

Otra característica del sistema fue la posibilidad de *franqueo con respuesta*, que permitía al receptor responder en la misma postal sin pago por su parte. Esta variante se inició en Alemania, casi en los albores de la tarjeta postal, en 1872.

Una mejora en dicha modalidad la constituyeron las tarjetas dobles (imagen 1.9.), que presentaban un espacio en blanco que podía cortarse de la original, escribir en él y devolverla sin cargo alguno. En España estas tarjetas eran de uso exclusivo para el interior de la península, y comenzaron a utilizarse 1882⁸², con sello impreso de Alfonso XII.



Imagen 1.9. TP doble editada por Papelería Mora y Cía./ Col.Autor

Algunos años más tarde, a principios del XX, y cuando ya se habían desarrollado en general las tarjetas postales ilustradas, surgieron las tarjetas postales dobles ilustradas, introducidas en España por la casa Adám⁸³.

Las facilidades de las autoridades de Correos que contribuyeron al vertiginoso crecimiento de la comunicación a través de la TP también se veían acompañadas de determinadas restricciones y limitaciones.

Por ejemplo, en 1901, en Bélgica⁸⁴ toda postal que llevase el sello en el anverso se devolvía al remitente, y en Francia y Rumania cuando se daba este caso se aplicaba una sanción como si no estuviese franqueada; en Estados Unidos se requería que en las postales que circulaban de la Unión Postal Universal figurase la frase *carte postale*, en francés.

Se produjeron otras variantes a medida que se desarrollaba la correspondencia de tarjetas postales. En 1900, las oficinas de correos de Austria⁸⁵ pusieron en circulación unas tarjetas postales *telegráficas*. Estas tarjetas suponían un la plataforma mixta de envío de los mensajes, primero se telegrafiaba un contenido que era posteriormente, en correo interior, trasladado al destinatario transcrito a una tarjeta postal.

La comunicación entre los ciudadanos, internamente en los países y también en el plano internacional, aumentó considerablemente con la nueva modalidad postal. Este incremento se vio favorecido, como hemos comentado, por una reducción en la tarifas respecto al correo ordinario en todos los países.

Capítulo 1. La tarjeta postal ilustrada: una revolución comunicacional en el S. XIX

Existía un mecanismo que hacía aún más económico el envío, amparándose en la tolerancia de los operarios y las autoridades de correos: la consideración de la postal como un impreso, de modo que tachando las palabras “tarjeta postal” y sustituyéndolas por “impreso”⁸⁶ podían circular con la tarifa de este último, en el caso en que fueran pocas las palabras escritas.

En el franqueo suponía un ahorro, como mínimo, de un 50%, siendo aún mayor en las correspondencias interurbanas nacionales. No obstante, respecto a esta medida se produjeron numerosas polémicas. Los usuarios españoles, especialmente los coleccionistas, mostraban su disgusto por entender que el servicio de Correos español no estaba en general a las circunstancias que exigía el nuevo mercado.

Se publicaron un gran número de artículos y aparecieron informaciones en este sentido en las revistas especializadas de la época. Pero en relación a la medida referida en el párrafo anterior, el punto álgido de una frecuente controversia quizá se produjo en primavera de 1903, cuando con el mayor celo las administraciones de correos españolas aplicaban el *Convenio de Washington* relativo a que para considerar *impreso* a la postal había que hacer ilegibles las palabras *carta postal* (imagen 1.10.)⁸⁷.



Imagen 1.10. TP circulada con la marca “tarjeta postal” en el reverso tachada./ Col.MGF

En otros países, excepción hecha de los antes indicados, había cierta tolerancia en este aspecto y también en la posibilidad de que el sello figurase en el anverso.

No fue así en España, donde se aplicaban con celo multas desde 10 a 40 cts. Para tratar de salvar este problema la sociedad Hispania⁸⁸ llegó a realizar y divulgar entre sus asociados unas pequeñas pegatinas con la palabra *impreso* para que se adhiriesen al espacio indicativo de *tarjeta postal*. En general, el mundo del coleccionismo y las administraciones de correos solían mantener una tensión permanente derivada de la infinidad de operaciones diarias que los vinculaban.

En noviembre de 1902 en una entrevista realizada en una revista especializada francesa⁸⁹, un alto funcionario de correos se defendía de la acusación velada de que muchas de las postales enviadas se “perdiesen” en camino. El funcionario proclamaba rotundamente la honradez de sus operarios, atribuyendo las *no entregas* a defectos de cumplimentado por parte de los remitentes.

En este sentido informaba de que tenían un desecho mensual de 26.300 tarjetas, de las que 15.500 pertenecían a la sección del extranjero. De estas, el 54% eran dirigidas a destinatarios desconocidos o lugares sin dirección; el 30% eran rehusadas a causa de la tarifa suplementaria (por defectos de envío) que se les requería a los destinatarios; el 8% eran tarjetas con direcciones incompletas; y el 8% restante sin vestigio de dirección. Estos fallidos conducían a la quema de unas doce mil tarjetas mensuales, por razón de antigüedad.

1.2.2. Publicidad

Las primeras tarjetas postales publicitarias no lo eran en sentido estricto, sino que respondían más bien al formato de tarjeta comercial. Con esa naturaleza, tenían un espacio para los datos de envío y otro para las señas de la firma comercial remitente, con tipografía más o menos característica, e incluso con algún tipo menor de ilustración, pero no con las características de un anuncio publicitario.

La primera tarjeta postal publicitaria ilustrada apareció en 1872 en Inglaterra. En 1873 una tienda parisina, La Belle Jardinière, edita una postal en la que reproduce parcialmente en el anverso la imagen de su fachada. Ya en 1872 circulaban en España tarjetas postales comerciales y en 1873 aparecen algunas con cierto grado de ilustración⁹⁰. Progresivamente se multiplica el uso comercial y publicitario, incorporando mensajes impresos, de las tarjetas postales. Muy característico

Capítulo 1. La tarjeta postal ilustrada: una revolución comunicacional en el S. XIX

fue el uso que muchos hoteles y restaurantes hicieron de nuestra protagonista. Estas tarjetas aparecían ilustradas con dibujos de fachadas y jardines de los establecimientos y mensajes publicitarios escritos.

En el mismo año en el que se circuló la primera tarjeta postal ilustrada que se conoce en España, 1892, fue circulada también, desde Las Palmas, una editada por el Hotel Santa Catalina⁹¹, impresa litográficamente por la casa suiza A. Thellung de Zurich.

Años más tarde, cuando se fue extendiendo el uso de postales con vistas de ciudades y lugares, había empresas que estampaban su anagrama en modelos estándar que los grandes editores tenían en sus catálogos. Estas postales eran utilizadas como obsequios gentileza de dichas empresas para con sus clientes.

A finales del S.XIX había quienes opinaban, incluso, que la vertiente más exitosa de la tarjeta postal era su uso comercial⁹². La publicidad y la promoción justificaban una gama de ediciones y editores que cubría todos los campos de la actividad económica, política, social y cultural.



Imagen 1.11. TP publicitaria de la Cía. armadora Pinillos./ Col.Autor

Justo iniciado el siglo XX, el primer artículo del primer número de la revista especializada *España Cartófila* se dedica, precisamente, a la publicidad en las TP⁹³. Titulado la tarjeta postal como anuncio realiza una glosa sobre las virtudes y el relevante uso que se hace de las tarjetas postales ilustradas en este ámbito, valorando la creatividad y el carácter artístico de los originales utilizados para promocionar firmas y productos.

No debemos perder la perspectiva del tiempo en el que nace y tiene su primer desarrollo la tarjeta postal. No existían medios de comunicación y soportes publicitarios que resultasen acordes con la expansión comercial que el desarrollo de las técnicas de producción hacía inevitable. No había televisión, la distribución de la prensa era limitada, no existía aún la radio comercial ni el cine (en las primeras décadas de nuestro periodo de análisis). Las tarjetas postales podían trasladar el mensaje publicitario mucho más lejos de lo que las posibilidades del marketing de las empresas de entonces tenían a su disposición.

Estas nuevas posibilidades hicieron que no quedaran sectores productivos y comerciales fuera de la dinámica publicitaria de las postales (imagenes 1.11. y 1.12.).

En general, en este ámbito publicitario, algunos ejemplos españoles variopintos son los siguientes:

La marca de medicina estomacal, *Vino Restaurador del Dr. Gob*, realizó en diciembre de 1900 un certamen, a través del diario *El Imparcial*⁹⁴, el de mayor circulación nacional, con 125.760 ejemplares, para seleccionar el mejor dibujo que pudiese protagonizar una tarjeta postal ilustrada publicitaria de su producto.

El diario *La Dinastía*⁹⁵, de Barcelona, publicaba el 12 de octubre de 1902 que se había recibido en su Redacción una tarjeta postal anuncio de las grandes fiestas que se celebrarían en Villanueva y Geltrú durante los días 8,9,10 y 11 de noviembre de ese año.

La Casa Codorniu⁹⁶, propietaria de las célebres bodegas de cava (entonces se publicitaba como champagne catalán) editó una postal protagonizada por una elegante mujer, sentada en un sofá y ofreciendo una copa rebosante del espumoso vino. Esta empresa desarrollo también, por medio de la convocatoria

Capítulo 1. La tarjeta postal ilustrada: una revolución comunicacional en el S. XIX

de un concurso, una promoción a través de un mecenazgo al premiar diseños artísticos de tarjetas postales. Lo realizó en mayo de 1902, en Madrid⁹⁷.

Con la misma naturaleza, otra firma comercial, F. Clará y Cía, de Barcelona, notable fabricante de aguas carbónicas esterilizadas, celebró a principios de ese año un *Gran Concurso Internacional de tarjetas Postales*⁹⁸.



Imagen 1.12. TP publicitaria de una bodega palmerina, Pichardo./ Col.Autor

En 1901, el fabricante de Cacao Suchard basaba gran parte de su publicidad en tarjetas postales⁹⁹ que popularizaban paisajes suizos; En 1912¹⁰⁰ se llevó a cabo en Madrid un congreso internacional sobre turismo organizado por la *Asociación de Propaganda* que, sintomáticamente, confeccionó un modelo de tarjeta postal con el propósito expreso de que sirviese de reclamo para la participación en el mismo.

El novillero madrileño José Roger, *Valencia*, repartió en otoño de 1918 ejemplares de una tarjeta postal ilustrada con nueve instantáneas fotográficas en las que se apreciaban los últimos triunfos de torero; farmacéuticos, agencias de viajes, fa-

bricantes de pianos, fabricantes de piensos, establecimientos de aguas termales, restaurantes, cualquier actividad con un mínimo de gestión publicitaria hacía uso de esta vanguardista herramienta de marketing.

Como unidades de negocio que eran, susceptibles también de promocionarse, los periódicos utilizaban con frecuencia el éxito de las tarjetas postales como instrumento de promoción. Era común que organizaran concursos vinculados a este medio de correspondencia.

Por ejemplo, en 1892, el diario parisino *L'Eclair* organizó un concurso¹⁰¹ de escritura en tarjetas postales al que un vecino de Tauste (Zaragoza) envió una postal que contenía 8.759 palabras del Quijote muy legibles, sin auxilio de lentes ni microscopio. En el plano logístico y promocional, además, prácticamente toda la comunicación de los lectores y suscriptores con sus diarios se realizaba, por expresa indicación de los editores, a través de tarjetas postales.

Un ámbito en el que la tarjeta postal ilustrada tuvo una extraordinaria aceptación como soporte publicitario fue el de las Artes Escénicas¹⁰² y los espectáculos en general. No existía a principios del siglo XX ninguna artista que se preciase que no apareciese en una o varias series de postales con su fotografía. Un ejemplo lo tenemos en la edición que hizo Llavería¹⁰³, con el sugestivo título de *Colección de Bellezas*, en las que figuraban artistas de la época, como la Mariani, De Roma, A. Carrera, L. Campos, etc. En esta línea pueden considerarse, también, ediciones como la de la revista *La Música Ilustrada*¹⁰⁴, que obsequiaba a sus lectores con postales de pianistas, compositores y poetas.

La efectividad de la tarjeta postal como soporte publicitario supuso un estímulo para que el ingenio de los más innovadores fuese puesto a disposición de su optimización. Ello condujo a una inmensa variedad de contenidos, mensajes e ilustraciones, con propósito publicitario e, incluso, que se inventaran nuevas fórmulas que podía afectar a su propia naturaleza.

Así, en septiembre de 1904 se anunciaba¹⁰⁵ que una importante casa parisiense acababa de poner en el mercado una nueva postal de aluminio que, además de su originalidad, tenía la ventaja de poderse utilizar indefinidamente. No se requería tinta especial y esta era susceptible de borrarse intencionadamente.

A través de la misma, el comerciante o industrial podía ponerse en contacto con sus clientes por medio de estas tarjetas, que podían llevar grabado cualquier tipo de anuncio y estos contestar al proveedor en la misma tarjeta, previo borrado del mensaje original.

Es obvio que esta singular idea no tuvo éxito, más que por su valor publicitario, que era indudable, probablemente por el riesgo de pérdida del mensaje y por el aumento de peso del soporte, lo que dificultaba su uso en términos de correspondencia.

El hecho de que la tarjeta postal ilustrada publicitaria alcanzase un uso generalizado por parte de las empresas y otras entidades e instituciones no evitó el que siguieran utilizándose tarjetas postales estrictamente comerciales en el sentido de no contener anuncios o expresos estímulos publicitarios.

1.2.3. Recuerdo y promoción turística

La segunda mitad del siglo XIX se caracteriza por muchos y notorios avances en el plano industrial y en las comunicaciones. El crecimiento en la capacidad productiva posibilitó una ampliación de los mercados y de las relaciones comerciales internacionales. La máquina de vapor, inventada el siglo anterior pero desarrollada en el referido, posibilitó grandes aplicaciones como el ferrocarril y el buque trasatlántico, medios de transporte que multiplicaron las posibilidades viajeras.

A finales del XIX y principios del XX la aeronavegación, a través de globos, dirigibles y aviones, y la automoción, mantuvieron la progresión en el crecimiento de la movilidad de las personas. Se estaba creando el turismo y en paralelo el interés de las comunidades por mostrar sus espacios característicos ante el mundo exterior.

Hasta que se popularizó la tarjeta postal la mayor parte de los ciudadanos del mundo conocían lugares foráneos a través de intermediarios, pintores y escritores fundamentalmente. También de los trabajos de los primeros fotógrafos, aunque las obras de estos no se divulgaron con la facilidad posterior al siglo XIX, entre otras razones por el precio de las reproducciones, no tan asequibles

como la tarjeta postal ilustrada, y comúnmente en un formato más grande, el de *albúmina*¹⁰⁶, que lo hacía además menos manejable.

Con la tarjeta postal popularizada, los ojos de cualquier ciudadano se abrían al mundo, conociendo los lugares más apartados de su hábitat ordinario. Desde el punto de vista de la comunidad del emplazamiento turístico, en el plano promocional las posibilidades se multiplicaban con la tarjeta postal ilustrada. Cada viajero o turista que volvía a su entorno con una tarjeta postal, probatoria del viaje, era un potencial difusor, multiplicando el número de personas que podían sentirse atraídos por el reclamo turístico. El impacto de esta innovación social y de marketing se ha mantenido con el tiempo, de modo que entre los tipos de recuerdos turísticos¹⁰⁷ el más común es el de las tarjetas postales.

En un párrafo anterior comentábamos uno de los inicios de la tarjeta postal ilustrada en los *Grüss aus*, “recuerdo de” ciudades y lugares alemanes. Entonces eran dibujos artísticos, pero cuando se sofistican las postales ilustrándolas con fotografías las posibilidades se multiplican y no había lugar en el planeta sin protagonizar postales que permitiesen al viajero llevarse un “trocito” del lugar materializado en las mismas. El modelo se extendió rápidamente por todo el mundo (imagen 1.13.)

Ya no eran dibujos, sino imágenes fotográficas que permitían conocer el mundo con todo detalle. Antes el viajero con poder adquisitivo podía acceder a alguna *albúmina fotográfica*; ahora podía llevarse de retorno una serie completa de tarjetas postales que ampliaban las perspectivas del lugar. Por poner un ejemplo exótico, entre 1899 y 1930 se editaron aproximadamente 5.000 originales de tarjetas postales de las Islas Fiji¹⁰⁸.

En España las primeras tarjetas postales ilustradas coinciden con el referido formato de las *Grüss aus*. La primera circulada conocida, referida anteriormente es, precisamente, un *Recuerdo de Madrid*. También son pioneras los *recuerdos de Barcelona*, *San Sebastián*, *Valencia*, *Burgos* y *Sevilla*.



**Imagen 1.13. TP “grass aus” de Puerto Rico, 1898./
archivofotograficodepuertorico.com**

La expansión del uso como reclamo turístico que se produce con la introducción de la fotografía en las postales ilustradas se verifica también en España. Un curioso anuncio en la revista *Alrededor del Mundo*¹⁰⁹, en 1906, puede ofrecernos una idea de la importancia de estas ediciones desde esta perspectiva. Su contenido era el siguiente:

“Se desean colecciones de tarjetas postales con vistas de las distintas localidades de España, tipos, monumentos, paisajes, obras de arte, etc. Se ruega a las personas que tienen hechas ediciones de esa clase de tarjetas que escriban diciendo de cuantas tarjetas se compone su colección y el precio al por mayor y al por menor. Dirigirse a la administración de este periódico. Madrid.

Transcurridos más de cien años desconocemos la razón que indujo a los editores de la revista para insertar este anuncio. Podía ser tan simple que el propietario fuese coleccionista. Lo que si pone de manifiesto el anuncio es el interés que se

le podía atribuir a estas ediciones para atesorar una valiosa base de imágenes de contenido turístico.

No sabemos si en esta época pionera, como consecuencia del desarrollo de la fotografía y en particular de su popularización a través de las tarjetas postales ilustradas, pudo acuñarse el viejo cliché de *una imagen vale más que mil palabras*, pero si nos referimos a turismo es especialmente válida esta afirmación¹¹⁰, como pone de manifiesto este intenso y generalizado uso de las tarjetas postales.

De las innumerables utilidades de la tarjeta postal ilustrada el de *recuerdo* y *promoción turística* es, probablemente, la que más se ha extendido en el tiempo, manteniéndose durante décadas y llegando a nuestros días.

1.2.4. Divulgación artística

Las tarjetas postales ilustradas constituyeron, también en este aspecto, una auténtica revolución. Por una parte, el diseño de originales de dibujos y otras ilustraciones constituía una faceta artística en si misma. A medida que se imponía el uso de fotografías para ilustrar las postales esta vertiente redujo su participación, aunque se mantuvo siempre en alguna medida.

Se crearon muchas colecciones artísticas expresamente realizadas para tarjetas postales. Entre estas, en España fueron muy populares dos colecciones dedicadas a las provincias: una editada por Prats¹¹¹, con una primera serie de diez, en 1902, representando mapas de las provincias adornados con un escudo, una pareja de lugareños vestidos con los atuendos típicos, una vista y un retrato de uno de los más preclaros hombres de cada provincia.

La segunda, quizá más popular si cabe, fue una colección de 50 dibujos gótico-modernistas de José Triadó, correspondientes a 49 escudos de las capitales de provincias españolas, más el propio de la nación, editadas por la acreditada Litografía de Hermenegildo Miralles, en 1900¹¹² (imagen 1.14.).



Imagen 1.14. TP representativa de Huelva en la colección de Triadó. /Col.Autor

Pero más allá de una notable producción de contenidos artísticos ex profeso para las TP, característicos como decimos de las primeras décadas y en especial cuando aún no se habían reproducido fotografías en las mismas, una utilidad que tuvo gran importancia fue la divulgación artística. En este apartado resultó prolija la tipología de reproducciones. De las más notables fue la de las obras de arte pictóricas. De este tipo, Pinto (1953)¹¹³ destaca las postales impresas por la casa alemana Stengel, de Dresde. Otras referencias y ejemplos hay muchos, que hemos conocido a través del análisis de la prensa generalista y especializada de la época, pero señalaremos algunos significativos:

Un impresor belga, Dietrich¹¹⁴, era popular en 1900 por una serie de postales que reproducían aguafuertes de Van Dick y de Rembrandt; en España, Hauser y Menet¹¹⁵, además de ilustrar postales de su serie general con artísticos grabados de la revista Blanco y Negro, editaron una valorada serie titulada *Cuadros del Museo del Prado*, inicialmente con treinta postales de cuadros de Velázquez y Murillo.

A estos impresores, la librería Romo y Füssel¹¹⁶ encargó ya en 1897 una edición de al menos trece postales de obras de Rubens, Velázquez, Murillo, Rafael, Van Dick, Tiziano y Juan de Juanes; el editor madrileño Policarpio Sanz Calleja editó alrededor de 1900 una serie denominada *Museo de Pinturas*, con un número indeterminado de cuadros (tenemos en nuestro poder un ejemplar de una de estas postales, con una fotografía de Las Lanzas de Velázquez) con el encabezamiento genérico de *Recuerdo de Madrid*.

Otro impresor reconocido de la capital española, Fototipia Lacoste, editó entre otras, además de también una amplia serie de cuadros del Museo del Prado, dos series de 20 tarjetas tituladas Goya en el Escorial, compuestas por la reproducción de un autorretrato Goya pintando y copias de los más famosos tapices del Escorial¹¹⁷. Corroborando estos ejemplos, en el número 780 de la revista *Nuevo Mundo*¹¹⁸ se destacaba en 1908 la extendida difusión de tarjetas postales con obras de grandes genios de la pintura, como Leonardo da Vinci, Tiziano, Zurbarán, Ribera, Greco y Velázquez.

No es de extrañar, habida cuenta del importante peso que el arte tenía en los contenidos de las TPA, que las principales revistas especializadas, el Boletín de la Tarjeta Postal Ilustrada y España Cartófila, acostumbraban a denominar a su coleccionismo como el *sport del arte*. Con una naturaleza similar se reprodujo el arte escultórico de los principales museos del mundo.

Hubo editores que producían colecciones específicas de esculturas, como G.B. Morales¹¹⁹, que en 1902 puso en circulación una colección del escultor Mariano Benlliure, inspirada en el renacimiento italiano. El citado Pinto (1953), lamenta que las postales sobre esculturas no hubiesen alcanzado la vigencia de las pictóricas.

También se editaron tarjetas postales para divulgar descubrimientos arqueológicos, como el sucedido en la ría de Huelva, en 1923, de gran importancia internacional (imagen 1.15.)

En España, nación de tradición católica y extraordinaria riqueza artística vinculada a la misma, se editaron múltiples postales reproduciendo fotografías de imágenes religiosas e incluso con *pasos o tronos* cofrades completos.

Capítulo 1. **La tarjeta postal ilustrada: una revolución comunicacional en el S. XIX**

Se completaba de esta forma la iniciativa de postales con contenido religioso, muy extendida en el ámbito pictórico referido anteriormente. El origen de esta línea de postales se encuentra en Italia, siendo sus precursores los Padres Carmelitas Descalzos de Milán, que publicaron en 1901 una colección¹²⁰, calificada en aquel tiempo como excelente, de veinte postales con obras de Rafael, Botticelli y otros, titulada *La Virgen en el Arte Italiano*.



Imagen 1.15. Portada del bloc de TP's divulgativas del hallazgo arqueológico de 1923 en la ría de Huelva /Col.Autor

En Septiembre de 1902 se anunciaba en el BTPI¹²¹ una edición de TP ilustradas denominada *Colección Arqueológica Valenciana*, de José Martínez Aloy (cronista de la provincia de Valencia), consistente en diez tarjetas con reproducciones de lápidas, esculturas, y otros restos arqueológicos, con texto explicativo de fechas, localidades y procedencias.

Es evidente que las grandes obras de la arquitectura, fundamentalmente por su representatividad de las ciudades, fueron unos de los principales motivos de las postales ilustradas. Pero más allá de esta incuestionable divulgación artística, las

postales sirvieron para conocer los interiores de las mismas y para promocionar, asociados a los lugares, hechos o etapas históricas reflejadas precisamente en estas obras.

De esta naturaleza es, por ejemplo, la edición de postales por parte de los PP. Agustinos del Escorial¹²², que en 1905 pusieron en circulación una primera serie de sesenta tarjetas a partir de magníficas fotografías de la riqueza interior del monasterio.

Concluimos que la divulgación artística, en general, fue una fuente de contenidos muy importante. En ese sentido, resaltamos que, ya en Septiembre de 1901, el BTPI¹²³ anunciaba en sus páginas que el editor disponía de un catálogo de postales artísticas a la venta con 136 series y más de 1.400 tarjetas postales de esta naturaleza.

1.2.5. Conmemorativas y periodísticas

Reproducimos un párrafo de un artículo firmado por Mariano de Cavia¹²⁴ en “El Imparcial”, el jueves 29 de junio de 1905:

...Mr. Daragón, cronista parisino, en “S.M. Alphonse XIII á Paris, may-juin 1905” donde relata las fiestas oficiales y el atentado anarquista, pero describiendo el bullicio popular, la iluminación y las ornamentaciones de las calles y casas, las canciones callejeras, las chucherías inventadas por los artistas, industriales y comerciantes del género chico, y finalmente, las tarjetas postales. Donde he puesto “finalmente” debe leerse “principalmente”; porque la imperante y triunfante tarjeta postal lo ha arrollado y acaparado todo en París, con ocasión de la visita del Rey de España. Se editaron con motivo del viaje 150 postales diferentes, de las que se calculan se imprimieron dos millones de ejemplares. Se compara con el viaje de Eduardo VII de Inglaterra que generó 50 originales. Paris le hizo al Rey los honores de la tarjeta postal ilustrada.

El contenido del párrafo reproducido puede ofrecer una idea de la importancia que se le daba al uso de postales para conmemorar eventos públicos de relieve. Acontecimientos de relevancia histórica llevaban aparejados la edición de postales que

perpetuaran en el ámbito popular su significación. Y tal era la importancia atribuida a nuestra protagonista que, como se lee en el artículo, la comparación con otra visita real se hace en función del *número de originales* editados.



Imagen 1.16. TP conmemorativa del vuelo 'Plus Ultra'./Col.Autor

Las tarjetas postales conmemorativas de exposiciones universales, de coronaciones, de bodas reales, de eventos deportivos, de hazañas aeronáuticas, de fiestas y grandes acontecimientos sociales, de aniversarios nacionales, de visitas diplomáticas, etc., conforman un abanico tan amplio como podamos imaginar.

Estas tarjetas postales conmemorativas tienen una naturaleza de recuerdo y también periodística, por difundir un hecho susceptible de considerarse noticia. Pero el perfil periodístico de las TP puede ampliarse a una variada gama de contenidos.

Hemos visto postales de noticias que el azar quiso fuesen inmortalizadas por la cámara de un fotógrafo al que le dio tiempo a captar el momento singular. La diferencia de estas postales periodísticas con el resto radica en que congelan una

escena temporal que no puede repetirse, mientras que instantáneas de lugares, personas o cosas pueden ser atemporales. Como muestra, una serie bastante conocida de tarjetas¹²⁵ de la fragata de guerra alemana “Gneisenau” a partir de fotografías, firmadas por Muchart y editadas por R. Alvarez, tomadas antes e inmediatamente después de su naufragio en Málaga, el 16 de diciembre de 1900.

En 1909 se edita una postal en Tenerife¹²⁶, de la casa Fotografía Alemana, con una instantánea del volcán Teide en erupción; de temática completamente distinta, *Madrid. Academia de Artillería. Embarque de los Alumnos para Segovia*, momento de subida al tren de la promoción de los cadetes, editada por Fototipia Lacoste en 1913; o *Corrida de toros. Cogida de Machaquito*, instante del luctuoso suceso, noticia de relieve en la Fiesta Nacional, editada por Hauser y Menet en 1902. Algunas series de postales de contenido periodístico-conmemorativo son realmente singulares, y ponen de manifiesto que pocos acontecimientos de alcance quedaban fuera del interés de los editores de TPA.

Prueba de ello es la serie de siete postales conmemorativas del entierro del doctor Robert, en Barcelona, en 1902. Bartolomé Robert fue un médico que llegó a alcalde de la capital condal, de signo político nacionalista catalán.

Hay múltiples postales con instantáneas de acontecimientos del reinado de Alfonso XIII por toda la geografía nacional española. Como ejemplos, la *llegada de S.M. al Club de Regatas de Palma de Mallorca*, editada por Francisco Mulet en 1904; otra titulada *Palco Regio de la Plaza de Toros*, en Segovia, con el matrimonio real, editada alrededor de 1909 por T.G.Madrid.

También *San Sebastián. Llegada del Rey*, con una comitiva de guardias reales, atravesando las puertas de la ciudad (imagen 1.17.), de editor desconocido, alrededor de 1910.

De la misma temática encontramos *Fiesta automovilista. Saludo a la Reina*, edición M.P. Madrid, en 1909, en las celebraciones de la boda real; o *S.M. Alfonso XIII dirigiéndose a la apertura de las Cortes en 1899*, de Hauser y Menet, serie general. Quizá, no obstante, el motivo estelar para la edición de TP de esta naturaleza fue la propia coronación real¹²⁷.



Imagen 1.17. TP conmemorativa de una visita de Alfonso XIII a San Sebastián./Col.Autor

De este uso específico, el periodístico, hemos identificado en el análisis empírico correspondiente a Huelva varias tarjetas postales. En concreto, y en relación a un acontecimiento de resonancia internacional, el vuelo transoceánico del hidroavión "Plus Ultra", un verdadero hito en 1926, hemos visto dos postales editadas por Hauser y Menet, *El vuelo del "Plus Ultra"* y *la vía directa "Italcable"* (imagen 1.16.). En esta última aparece un dibujo de la ruta y una fotografía del rey Alfonso XIII y colaboradores comunicándose con los aviadores a la llegada de la travesía.

También *Raid Palos-Buenos Aires*, con una foto de Cerezo (imagen 1.18.) del hidroavión instantes antes de la salida de Palos de la Frontera, editada o, al menos, impresa por Hauser y Menet.

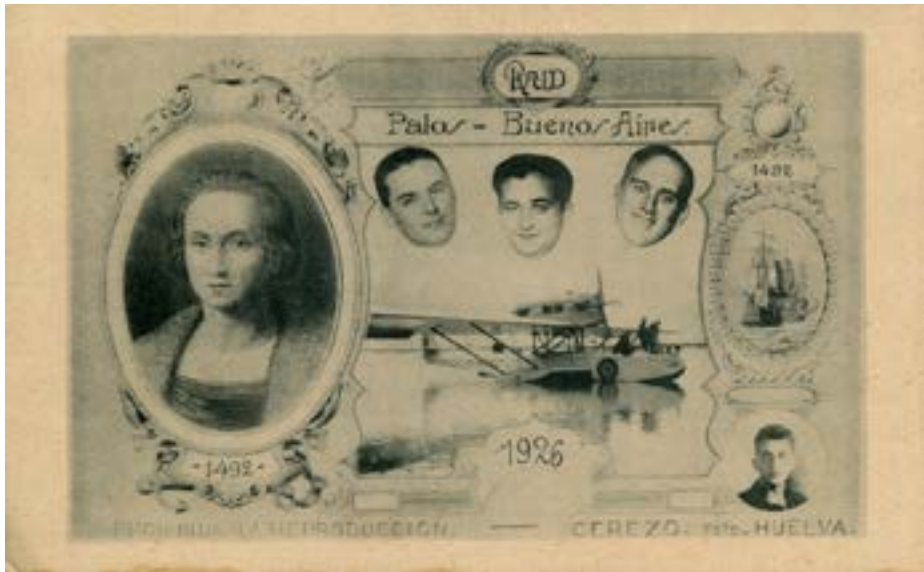


Imagen 1.18. TP conmemorativa del vuelo del Plus Ultra, en 1926. /Col.Autor

Así mismo, hemos visto una serie de tarjetas postales, esta vez sin editor identificado, en la que se muestran fotografías de los momentos iniciales del despegue del hidroavión Plus Ultra, tomando velocidad, iniciando el despegue, y alcanzando altura, en la salida del vuelo, sobre las aguas del río Tinto.

Las TPA conmemorativas y periodísticas suplían la carencia de espacio y las limitaciones en cuanto a reproducción fotográfica de las publicaciones periódicas. Como respecto al resto de los usos de las TPA este tipo amplió la difusión de las noticias y la dimensión de los acontecimientos al hacerlos más próximos a ciudadanos del mundo entero.

1.2.6. El coleccionismo

No es aventurado afirmar que esta utilidad de la TP es la que permite que realicemos el estudio, al ser la causante de que todavía *circulen*, entrado de pleno el

siglo XXI, estos valiosos documentos cargados de información, de primera mano, sobre la vida de los ciudadanos de hace cien años.

En este sentido, hay una reflexión del coleccionista español Andrés Trapiello¹²⁸ que nos parece interesante resaltar. Formula en un artículo titulado *Los cartófilos y la felicidad* lo que denomina la primera “ley universal” de las tarjetas postales que explica que las tarjetas postales sean documentos que gozan de mayor inmunidad e invulnerabilidad que otros.

Según él, a diferencia de las cartas misivas y otras clases de billetes y papeles epistolares y notariales, condenados en las almonedas a la pira purificadora del fuego como tantas partes de esa intimidad interrumpida (normalmente por la muerte, pero también por un viaje, una mudanza, la inadvertencia o la ignorancia), a diferencia, pues, de esa saña papirófaga, se diría que nadie se atreve a destruir una tarjeta postal.

Y a continuación nos desvela la clave: esta “ley universal” de supervivencia no se basa en la belleza de las postales, aún siendo manifiesta; ni en la carga sentimental que contienen; ni en su valor por la rareza de su franqueo o escasa tirada original; estos factores han contribuido a su conservación, pero lo que realmente las protege de forma diferenciada es por ser portadoras de buenas noticias, *¿quién querría destruir los escasos testimonios de la felicidad en un mundo donde es a menudo tan esquiva?*

En otro artículo citado anteriormente, publicado en 1906 en la revista *La España Moderna*¹²⁹, se destacaba al coleccionismo, en relación al desarrollo de las tarjetas postales ilustradas, como factor clave. *¿Quién no colecciona hoy tarjetas postales?* Se preguntaba el autor.

Como consecuencia de esta ebullición coleccionista, se fundaron asociaciones que agrupaban intereses y fomentaban la relación entre sus partícipes. En Francia¹³⁰ se creó en 1899 *le Poste-carte Club*, que editó el primer boletín sobre coleccionismo de TP de la nación vecina, *La Carte postale illustrée*. Posteriormente surgieron varias sociedades cartófilas¹³¹.

En Bélgica surgió *le Cartophile Club libre-échange*; en Alemania, la asociación *Germania*; en la nación helvética, *La Suisse y la Sociedad Central Suiza para Coleccionistas de Tarjetas Postales Ilustradas*¹³². En Estados Unidos, *The Atlas International Society*¹³³.

En cada país fueron aparecieron diversas agrupaciones de coleccionistas, y a nivel internacional también, como la *Sociedad Internacional de Aficionados de las Tarjeta Postal Ilustrada*, la *Unión des collectionneurs des cartes-vues*, la *Unión Internacional de Coleccionistas de Tarjetas Conmemorativas* y el *Club International des Collectionneuses* al que, como su nombre indica, solo podían pertenecer féminas.

En paralelo a la creación de estas y otras sociedades se produjo en todo el mundo una eclosión de publicaciones especializadas¹³⁴, que facilitaban el intercambio y mantenían informados a los coleccionistas de las últimas novedades.



Imagen 1.19. TP enviada por el coleccionista onubense Juan Jérez, en 1903. / Archivo Diputación Provincial H.

Capítulo 1. La tarjeta postal ilustrada: una revolución comunicacional en el S. XIX

Entre ellas se encontraban *La Revue Illustrée de la Carte Postale (Nancy)*, *Intermédiaire des Collectionneurs (París)*, *La Carte Postale Illustrée (París)*, *The Picture Postcard (Londres)*, *La Gazette Cartophile (París)*, *Il Raccoglitore di Cartoline Illustrate (Milán)*, *Weltall (Hamburgo)*, *The Collectors News (Londres)*, *Il Trionfo Della Cartolina (Bologna)* y *Schweizer Post (Zurich)*. También en España¹³⁵, a partir de 1901, se produjo un comportamiento frenético en la circulación de tarjetas postales con finalidad coleccionista (imagen 1.19.). Esta fiebre duró hasta principios de 1903, después la afición continuó de forma más serena (imágenes 1.20. y 1.21.).



Imagen 1.20. TP remitida por el coleccionista onubense José Hierro, en agosto de 1933, a Indochina. / Col. Autor

En enero de 1901 se publicó el primer número de la revista mensual *Boletín de la Tarjeta Postal Ilustrada*, y poco más tarde *El Coleccionista de Tarjetas Postales*, en Madrid; y *España Cartófila*, también en Barcelona, concretamente el uno de julio.



Imagen 1.21. TP enviada por el coleccionista onubense Francisco Fernández a Dinamarca, en 1927. /Col.MGF.

‘España Cartófila’ era portavoz de la Sociedad Cartófila Española “Hispania”, primera asociación de coleccionistas españoles de tarjetas postales, constituida el quince de junio de 1901, y cuya publicación fue la que más larga vida tuvo en estos comienzos del siglo XX.

La sociedad Hispania tenía sede en Barcelona y al final de 1902 contaba con once delegaciones (Madrid, Las Palmas, Orense, Palma de Mallorca, Cartagena, Rotterdam, Granada, Viena, Albacete, San Nicolás-Argentina y Reus).

En una fecha tan temprana como febrero de 1901 ya aparece en el Boletín de la Tarjeta Postal Ilustrada (BTPI)¹³⁶, en una relación parcial de coleccionistas que manifiestan su deseo de intercambiar, un coleccionista llamado Miguel Vingut, de Palamós, que aseguraba disponer de más de 16.000 tarjetas postales, formando parte de numerosas sociedades cartófilas extranjeras.

Vingut fue uno de los fundadores de “Hispania” y a partir de mayo de 1901 comenzó a colaborar como articulista experto en el BTPI y, lamentablemente¹³⁷, un mes antes se le declaró un fuego en su archivo, perdiendo diez álbumes de su colección, unas diez mil tarjetas postales.

Siguiendo la estela de las primeras publicaciones de coleccionismo de TPA, en provincias comienzan a editarse revistas especializadas, como *Salamanca Philo-cartista*¹³⁸; *La Tarjeta Postal*, de Sevilla; *Correspondencia de la Tarjeta Postal*, de Cádiz; y *El Eco Cartophilico*, de Málaga.

El auge del coleccionismo se pone de manifiesto, precisamente, con la organización, ya en mayo de 1903, de una gran exposición¹³⁹ de tarjetas postales en Barcelona, en la que se mostraron ejemplares tan curiosos como una postal remitida desde Rusia que llegó a su destino, Barcelona, sin haberse especificado el nombre de la ciudad. Una de las funciones de las revistas de coleccionismo de postales era publicar listados de socios que deseaban intercambiar tarjetas con *corresponsales* de otras ciudades y naciones. En estos listados se indicaban las líneas de coleccionismo de cada demandante.

También se instruía a los coleccionistas sobre la forma de realizar los intercambios, incluso sugiriéndoles la traducción de frases estándar que le sirviera para comunicarse con los coleccionistas extranjeros. España Cartófila¹⁴⁰ publicó en sus primeros números (del 4 al 6) una relación de 45 frases, en Italiano, Alemán, Francés e Inglés, con las que cualquier coleccionista podía asegurarse la comunicación con sus corresponsales extranjeros: desde las más simples, como “*ruego a usted que escriba con lápiz sus tarjetas*” hasta más complejas, como “*sus tarjetas no me agradan, pues son de muy mal gusto: haga usted el favor de mandar cosa mejor*”.

Posteriormente Hispania editaría una Guía del Coleccionista, como separata que regalaría conjuntamente con la revista, conteniendo esas frases y otras adicionales. En esta línea también eran frecuentes los productos de editores comerciales al servicio del coleccionismo, como la Table Universelle¹⁴¹, del alemán Hubert Schmidt, que era una revista de traducción específica para intercambios de tarjetas postales, con dos ediciones: alemana-francesa e italiana-inglesa.

El Boletín de la Tarjeta Postal Ilustrada, citado antes, era editado por una casa barcelonesa, Duran Bori que, además de la información especializada que ofrecía a los coleccionistas, anunciaba¹⁴² un servicio de compra de postales por encargo, asegurando que *casi siempre* tendrían el mismo precio original de los editores.

Esta publicación, mensual, se mantuvo en circulación hasta diciembre de 1902. A partir de entonces, y durante el año 1903, Salvador Durán dio continuidad a la iniciativa con la edición trimestral del Boletín Cartófilo Artístico-Literario, que definitivamente se despidió de la audiencia en diciembre de ese año¹⁴³.

Comprobamos por tanto que, además del mecanismo de intercambio, ya por entonces existía un mercado de tarjetas postales para el coleccionismo. A medida que iba creciendo el mismo, los coleccionistas sofisticaban su afición. Así, surgieron las denominadas “tarjetas máximas”, que consistían en tarjetas postales con imágenes que coincidían con la que reproducía el sello que la franqueaba. Se *maximizaba* aún más la tarjeta postal matasellándola en el lugar de la imagen y en una fecha simbólica.



Imagen 1.22. TP “carta máxima”, franqueada el 12 de octubre de 1930. /Col.Autor

Por ejemplo, y en el ámbito de nuestro análisis empírico, existen algunas tarjetas, cotizadas, con una imagen de la fachada del Convento de La Rábida, fotografía de Roisin, franqueadas con un sello realizado probablemente a partir de la misma fotografía y en todo caso con el mismo ángulo de visión. Se completa la *maximización* con un matasellado de Huelva en la simbólica fecha del 12 de octubre (imagen 1.22).

En la vorágine coleccionista, según la revista *Alrededor del Mundo*¹⁴⁴ ya en 1892 se llegó a pagar trescientas cincuenta pesetas por una TP, que tenía la singularidad de haber dado la vuelta al mundo dirigida a varias personas. El reverso de la misma, además de las 72 direcciones de los sucesivos destinatarios ostentaba el mismo número de timbres de franqueo de todas las administraciones de correos por la que había pasado.

Emilia Pardo Bazán (1901)¹⁴⁵, en la *Ilustración Artística*, atribuye esta afición a los jóvenes de entonces (menores de 25 años), que en cuatro o cinco años pasaron de desatender absolutamente, al menos en España, la existencia de las tarjetas postales ilustradas, a coleccionarlas con desmedido interés. Esta articulista otorgaba muchas ventajas al uso de las postales, fundamentalmente divulgativas, aunque atribuía a su causa, sumada al uso del telégrafo y del teléfono, una inminente desaparición de la carta convencional. En 1903¹⁴⁶ tenía uso en el ámbito coleccionista una curiosa modalidad para hacer más interesante, si cabía, este divertimento. Consistía en el intercambio de postales que comportaban acertijos, de modo que varias permitían resolver la incógnita que remitía a un “corresponsal” el coleccionista con una primera postal de una serie, aportando “pistas”, por tanto, a medida que remitía sucesivas TPA.

Analizando las señas de los coleccionistas que, a través de las dos principales revistas cartófilas españolas, las citadas BTPI y *España Cartófila*, comprobamos también que había un número muy significativo de mujeres, para los usos de la época. En el número 17 del BTPI¹⁴⁷, el 43% de los coleccionistas ofertantes de intercambio eran féminas; y en el número 8 de *España Cartófila*¹⁴⁸, de las nuevas incorporaciones de miembros residentes y corresponsales a la sociedad Hispania, un 41 % eran damas.

Los primeros coleccionistas españoles, al margen del género, fueron los barceloneses y catalanes en general, a los que se sumaron gradualmente los madrileños, canarios, vascos, levantinos y de otras comunidades, añadiéndose, muy tardíamente, los andaluces. En noviembre de 1902, Juan Bautista Turull⁴⁹, activo socio de Hispania y articulista de España Cartófila, auguraba que el coleccionismo de tarjetas postales no podía considerarse *sport de moda* y que, por tanto, siempre permanecería. Hasta ahora, ciento diez años después, su vaticinio se cumple.

Independientemente de los múltiples usos de las tarjetas postales ilustradas antiguas aquí descritos, su naturaleza básica, soporte de comunicación vía postal, como subyace en todo el planteamiento de este trabajo, permitió la difusión de la identidad de los lugares y la creación de una imagen basadas comúnmente en las ilustraciones fotográficas de vistas seleccionadas de los mismos. Y precisamente esta selección intuimos que vendría condicionada por una realidad material (espacios físicos y actividad del hombre) y un imaginario colectivo forjado en la tradición oral y en la divulgación bibliográfica y hemerográfica, previa al surgimiento del revolucionario sistema de las tarjetas postales ilustradas.

un
i
A

Capítulo 2

Las tarjetas postales ilustradas de Huelva

HUELVA — Llegada del Pescado



Papelería Inglesa, Huelva

Para realizar el presente estudio hemos analizado más de cinco mil ejemplares de tarjetas postales ilustradas antiguas (TPA), de Huelva y otros lugares. A lo largo de los años hemos tenido la oportunidad de encontrar varios ejemplares de la mayoría de los originales identificados de TPA. Muchas de estas, la mayor parte, que han llegado a nuestros días no son circuladas.

Las TPA han pasado por manos de coleccionistas en muchos casos desde las mismas fechas de edición en las que, ávidos cartófilos, acudían a los puntos de venta para hacerse con los primeros ejemplares de las mismas.

En total, y a la fecha de culminación de la tesis “La identidad visual y la imagen de las ciudades a principios del siglo XX: análisis de la tarjetografía postal de Huelva (1897-1940) desde una perspectiva de place marketing”, tras más de cuatro años de investigación, habíamos descubierto 1.519 originales de tarjetas postales editadas sobre o en la provincia de Huelva. Desde entonces a aquí, dos años después, tan solo hemos identificado 30 originales más, lo que ofrece una idea de lo exhaustivo del estudio original.

Las estimaciones derivadas del trabajo nos hacen suponer que fueron 2.079 las TPA editadas en o sobre Huelva, con lo que restaban por identificar 562, ya 532. En lo referente a la capital, objeto principal de nuestro estudio, las identificadas eran 1.186 frente a 352 desconocidas hasta entonces, lo que suponía una estimación de 1.538 TPA editadas.

Entendemos que la muestra de análisis era significativa, entre otras razones, y al margen de su peso relativo, un 76,7 % del universo poblacional, porque el hecho de que se hayan conservado transcurrido tanto tiempo nos induce a pensar que se corresponderían con las ediciones de mayor tirada, y mayor difusión en el exterior, consideraciones cualitativas a tener en cuenta en la temática abordada.

Las fotografías ilustrativas de las TPA que hemos identificado ascienden en el conjunto de la provincia de Huelva a 1.107, correspondiendo a la capital 779, donde se pone más de manifiesto la repetición de imágenes para distintas series de un mismo editor e incluso de editores diferentes, dado que con los datos actualizados este número ilustra 1.202 originales de TPA. En la provincia estas repeticiones prácticamente no existen.

Capítulo 2. La tarjetas postales ilustradas de Huelva

La variable año de edición la hemos estimado en ciertos casos basándonos en el reverso, dado que hay algunas referencias bibliográficas que nos aportan información en ese sentido; en otros una combinación de datos como las fechas de circulación en su caso y el contenido de las ilustraciones fotográficas nos permite con cierta garantías, para una mayoría de las ediciones, asignarle un año concreto.

Por ejemplo, la impresión del escudo real en el reverso nos indica que estamos ante una TPA editada como máximo en 1901 (imagen 2.1.); si el reverso no es dividido la edición es previa a 1906.

Bien es verdad que hemos comprobado que hay fotografías utilizadas en ediciones distantes en el tiempo incluso más de una década, por lo que hay que contemplar varios indicadores para establecer una datación concluyente.



Imagen 2.1. Vista parcial de Ayamonte. Editor: Francisco Hernández. 1901. Col.Autor.

El cómputo global de nuestro inventario se distribuye en 184 ediciones en o relativas a la provincia de Huelva, de las que 133 corresponden preferentemente a la capital (editadas en la misma o con contenidos preferentes de ella) o tienen representatividad genérica de la provincia, con lo que también se las asignamos a la capital. De estas 133, 101 no son ediciones de una sola postal. La moda de este conjunto viene constituida por la edición de series de 20 TPA; y una media aritmética ponderada de 15 TPA por edición.

Hay que admitir la relativa menor importancia de Huelva en el conjunto de las ediciones de TPA españolas. No obstante, Huelva fue protagonista de ediciones producidas por firmas tan importantes en este sector como Hauser y Menet; Photoglob Zurich; Purger & Co.; Fototipia Thomas; Castañeira, Álvarez y Levenfeld; Lucien Roisín; y Loty.

Y aunque, por tanto, entre los que prestaron atención a Huelva en términos de TPA se encuentran relevantes editores nacionales e internacionales de la época, hemos comprobado también notables ausencias.

Entre los más destacables que no editaron TPA de Huelva (y si lo hicieron de muchas otras provincias españolas) se encuentran Römmler & Jonas; y Romo y Füssel.

En la introducción justificamos el punto de partida del intervalo de análisis en 1897, que fue cuando, según se tiene conocimiento, fue editada la primera tarjeta postal sobre Huelva, y más concretamente sobre su provincia.

Nos remitimos a Carrasco Marqués (2004)¹⁵⁰ para identificarla como tal. Se trata de la nº159 (imagen 2.3.) de la serie general de Hauser y Menet y es destacable su edición porque formó parte de las primeras 280 tarjetas postales¹⁵¹ diferentes que comenzó a comercializar este editor de forma masiva. En esta serie destacaron numerosas vistas de Madrid, Barcelona, Sevilla, Bilbao, Málaga, Granada, Toledo, Cádiz, Valencia y San Sebastián. Tan modesta presencia onubense se limitó a una sola tarjeta que, además, no correspondía a la capital.



Imagen 2.2. Balneario del Odiel. Entrada al Balneario. Editor: Castañeira, Alvarez y Levenfeld. 1917. Fondo AHPH.

La imagen que la ilustraba era de una fotografía de una corta de Minas de Río Tinto, muy animada con trabajadores en plena actividad, y estaba impresa con este título. Según el referido Carrasco, de esta postal, además de las de la casa madrileña, en 1897, 1900, y 1902; se realiza una edición especial por encargo del librero onubense Rogelio Buendía, en 1897.

Resulta significativo el que esta primera ilustración, antes que a una capitalina, corresponda a Río Tinto. Da idea de la importancia del enclave minero pero quizá pueda explicarse también en la propia colección de fotografías de la editora madrileña, dado que existe una relación de catorce fototipias de la provincia de Huelva (fechadas desde 1892 a 1896) de las cuales a instalaciones de la compañía británica corresponden once.

Estas son las identificadas, en la Fototeca Nacional y en el Archivo de la Fundación Riotinto, pero nos inclinamos a considerar que la serie de imágenes era más

amplia y que incluía, entre otras, a la usada en esta primera tarjeta postal ilustrada en la historia de Huelva. Tras ella, los editores suizos afincados en Madrid llegado 1900 amplían las tarjetas postales ilustradas de su serie general dedicadas a Huelva. Editan las 444, 445 (imagen 2.4.) y 446, tituladas respectivamente *Estación de M.Z.A*, *Muelle de la Bahía*, y *Muelle de Río Tinto*.

Esta vez todas corresponden a la capital y reproducen espacios emblemáticos de la nueva Huelva de entonces. La estación de ferrocarril construida en 1880¹⁵²; el romántico muelle de la Bahía, en 1885¹⁵³; y el muelle de la RTC en 1876¹⁵⁴, transmitían una imagen de ciudad pujante. Al igual que el caso de Rogelio Buendía citado antes, un establecimiento onubense, Papelería Inglesa, encargaría a Hauser y Menet una edición especial de estas tres tarjetas postales, en 1900. Todo hace indicar que la autoría de estas extraordinarias vistas corresponde a fotógrafos en nómina de la casa madrileña. Hemos visto originales de estas TPA editados en 1900, 1901, 1902 y 1903. Hemos encontrado también,



Imagen 2.3. Minas de Río Tinto. 1897. Col. Autor.

Capítulo 2. La tarjetas postales ilustradas de Huelva

en la colección particular de Domingo Cano, una curiosa tarjeta postal impresa por Hauser y Menet y editada, según se aprecia por el anverso, por Garret y Cía, como obsequio para sus clientes. Garret era una compañía malagueña que comercializaba aceites.

Esta tarjeta postal tiene la misma imagen que la 445 de la serie general de HyM, y está circulada el 15 de septiembre de 1898 antes, según las referencias conocidas, que las tres citadas anteriormente.

Entre 1901 y 1905 hay varios editores de la provincia de Huelva que encargan series de TPA a Hauser y Menet. La contratación mínima se establecía¹⁵⁵ en 5.000 ejemplares de 10 modelos diferentes. Estas series fueron: Amador y Juan del Pino (Huelva, 1901); Amador del Pino (Huelva, 1902); Juan García Pina (Río Tinto), Papelería Mora y Cía (Huelva), Rogelio Buendía (Huelva), y Viuda de Rafael Franco (Aracena), en 1904; Almacén nº 2 de la Río Tinto Company (imagen 2.5 – Minas de Riotinto), y Rafael González (Ayamonte), en 1905.



Imagen 2.4. Editada por Hauser y Menet. “Muelle de la Bahía”, N° 445. 1900./Col. Autor.



**Imagen 2.5. Minas de Riotinto. Plaza de la Constitución.
Editada por la RTCL. 1905 / AHMH.**

Después de 1905, los suizos afincados en España realizaron seis trabajos relativos a Huelva, tres como editores e impresores y tres encargos de impresión. Sus ediciones fueron una serie de diez vistas de la localidad serrana de Alajar, probablemente en la primera década del siglo; el bloc de 14 TPA con instantáneas fotográficas de la colección de armas de bronce fenicias descubiertas en la ría onubense en 1923 y citado en el capítulo uno; y una tarjeta postal conmemorativa del vuelo del Plus Ultra, en 1926.

Los encargos fueron una serie de diez TPA contratada por la compañía de minas de Tharsis y dos originales (imagen 2.6) a partir de una misma fotografía editados por el Hotel Internacional de la capital onubense, en 1910, de los que solo hemos visto un ejemplar circulado, en ese año, de Málaga a Barcelona.

La primera de las series de TPA editadas en Huelva, tras los encargos comentados, realizados a Hauser y Menet, es producida por la firma Viuda de Muñoz e Hijos, propietaria de negocios de prensa, impresión y papelería. Hablamos de



Imagen 2.6. Gran Hotel Internacional. Edita el propio Hotel. 1910. / Col. Autor.

1901, cuando edita una interesante serie de diez postales numeradas, de las que solo nos queda una por identificar, la nº10.

Las otras son una postal panorámica doble (imagen 2.7) con una imagen fotográfica realizada desde el muelle de la compañía de Río Tinto, con un ángulo parecido a la conocida fotografía de Laurent; tres sobre las minas de Río Tinto (una de ellas sobre el polémico sistema de las calcinaciones); una del entonces Hotel Colón; una del monasterio de La Rábida; y las dos restantes protagonizadas por las dos estaciones de ferrocarril de la capital.

Esta colección fue impresa por la firma alemana Dr.Trenklen y Cía. y constituye, por tanto, la primera edición propia de Papelería Inglesa. Aparece como editor la nomenclatura *Viuda de Muñoz e Hijos impresores. Despacho Papelería Inglesa*. El hecho de que se titulen como impresores podría hacernos pensar que la participación de Trenklen comportase tan solo la producción fotográfica.

Hemos comprobado, no obstante, la tipografía y características de otras series en Sevilla y Granada y nos confirman la condición de impresor de la casa alemana. Lo más probable, por tanto, es que las fotografías formasen parte del catálogo de algún fotógrafo local. Si tomamos en consideración la fecha de la edición, 1901, este tendría que ser con razonable probabilidad Francisco Cerezo¹⁵⁶. Sin embargo, podemos asegurar que varias vistas de la colección –probablemente todas-, en particular la fotografía panorámica de esta serie, la nº1, estuvieron realizadas por Baldomero Santamaría, bastantes años antes. Ya en 1901 no aparece Santamaría en la Guía de la ciudad, pero pudo operar hasta 1900 y vender a Papelería Inglesa las fotografías de esta primera edición propia.



Imagen 2.7. Mitad izquierda de la tarjeta postal doble editada por Viuda de Muñoz e hijos en 1901. Imagen de 1890, fotografía de Baldomero Santamaría. Col. Autor.



imagen 2.8. Plaza de las Monjas. Ed. Papelería Inglesa. 1903. Col. Autor.

Las fotografías, de esta que hemos considerado primera serie propia, no vuelven a ser utilizadas en ediciones posteriores. La inmediata siguiente es la última colección, numerada, cuya impresión encargan en el extranjero. Lo hicieron a los también alemanes Stengel & Co., de Leipzig (imagen 2.8.). Es una serie de veinticinco maravillosas imágenes, muy variadas y animadas, que constituyen estampas que creemos describen fielmente la época en la que fueron realizadas. Pensamos, incluso, que las fotografías de la misma podrían haber sido producidas expofeso, algo que a partir de entonces sería más frecuente que en los años anteriores. Seis de estas TPA están relacionadas con la actividad minera: dos del muelle de Río Tinto, una de un cable aéreo de transporte de mineral, una del embarcadero de San Juan del Puerto (minas de Buitrón), y otras dos con vistas respectivas de las minas de La Zarza (Cía. de Tharsis) y de El Perrunal (Cía. Francesa de Piritas).

Otras vistas de carácter portuario e industrial que contiene esta serie son tres del puerto de Huelva, dos del ferrocarril de Huelva-Zafra (oficinas y estación), una de la Estación del FFCC de M.Z.A., y una de las Industrias del Molino de la Vega (imagen.2.9). Precisamente, esta interesante postal es la única que hemos identificado con industrias que no tengan relación directa con las minas o actividad portuaria en el periodo de estudio.

El resto de las veinticinco TP se completa con vistas de contenido más bien turístico: una de la Casa Colón (por primera vez denominada como tal), dos de la ciudad de Niebla (Murallas y Castillo), tres de La Rábida, una de la Peña de Arias Montano en Alájar, dos de La Ribera de Huelva (imagen 2.10.), una del Paseo de Muelle, otra de la Plaza de las Monjas y una de la Plaza e Iglesia de La Merced.



**Imagen 2.9. Industrias en el Molino de la Vega.
Ed. Papelería Inglesa. 1903. Col. Autor.**



imagen 2.10. La Ribera de Huelva. Ed. Papelería Inglesa. 1903. Col. Autor.

En términos absolutos Papelería Inglesa, la mayor editora de TP de Huelva en el periodo considerado, es de forma destacada la firma de la que más número de postales fueron circuladas, con un 30,11 % del total.

Le siguen Papelería Mora y Amador del Pino, ambos con un 10,33 % de las circuladas. Sin embargo no ocurre así en términos relativos, en los que de las editoras de series grandes (igual o mayor a diez originales), Papelería Inglesa, pasa a un segundo plano, siendo superada por la mayoría de las importantes.

Para compararlas con un criterio más ilustrativo, utilizamos como ratio el cociente entre las circuladas de cada editor dentro de la muestra y el número total de originales editados por cada uno de ellos. Los datos resultantes indicarán el grado de circulación, la intensidad circulatoria de las TP de cada editor. De Purger, que cuenta tan solo con once originales, hemos encontrado veintinueve ejemplares circulados, un 6,37% de todas las TP del inventario, seguido a distancia por

Amador y Juan del Pino, con un 3,96% de las circuladas pero ya con veinte originales. Photoglob Zurich, que en esta clasificación de circulación relativa sigue a las anteriores, tiene un 4,4% de las circuladas sobre la base de 24 originales.

En cuanto a series concretas, si bien la circulación está muy repartida entre editores y ediciones, hay una docena de series cuyos ejemplares han sido especialmente circulados. La principal es una de Papelería Inglesa, editada en 1902, a la que nosotros denominamos “gótica”, por el tipo de letra de los créditos (imagen 2.10).

Esta serie fue de 25 originales y en nuestra muestra cuenta con 32 ejemplares circulados, un 7,03% del total. Tras esta serie se encuentra la única de Purger & Co. (imagen 2.7.), con un 6,37% pero a partir de solo 11 originales, como indicamos antes. La tercera serie más circulada fue la de Amador y Juan del Pino, de 1901, con 18 ejemplares en la muestra, un 3,96% del total.

Comprobamos que el mayor grado de circulación, en cuanto a nivel de esta variable por ediciones, se produce en el primer periodo considerado, 1900-1905.

Uno de los datos que más nos ha sorprendido a raíz de este estudio es la distancia, en muchos casos, desde la fecha de edición y la fecha de la circulación convencional (franqueo). En nuestra muestra el extremo viene marcado por dos TP que fueron circuladas veintitrés años después de su edición.

Observamos (gráfico 2.1.) que usualmente las TP no son circuladas en su año de edición, sino más tarde. La mayor parte de ellas en el año siguiente, un 24,12 %, y después en los sucesivos años con lógico decaimiento hasta nueve años después, momento a partir del cual se transforma en testimonial. Solo un 17,32 % circulan el mismo año de edición.

Esta curiosa afirmación podría explicarse por la hipotética posibilidad de que se hiciesen reimpresiones. No podemos asegurar que con alguna serie pudiese suceder esto, pero nos inclinamos a considerar que no, o que al menos no pasase más allá de un año después de la impresión original, basándonos en la publicidad de las editoras, que usualmente utilizaban el argumento de “novedad” para hacer más comercial su cartera de TP.



Huelva. Panorama desde

Imagen 2.11. Huelva, Panorama desde los Cerros de San Pedro. Edición Purger & Co. 1903. / Col. Autor

También tomamos como ejemplo el caso de Hauser y Menet, que aún repitiendo durante varios años la serie general, cambiaban la situación de los textos, las letras del reverso, e incluso las características del anagrama identificativo del editor, para personalizar y actualizar por años las ediciones.

El que tenga tanto peso la circulación al año siguiente del de edición también se entiende porque nosotros consideramos años naturales, y las ediciones bien podrían ser, por ejemplo, en noviembre, con lo que razonablemente la mayor parte de la circulación podría perfectamente verificarse en el año siguiente.

Por ello habría que agrupar quizá el año 0 y el año 1 para tener una perspectiva más ajustada. Ello nos daría una circulación del 41,45 %, lo que mantiene, no obstante, la singularidad de ese diferimiento en el tiempo de circulación.



Los Cerros de San Pedro.

Buscando otras causas, aunque no podemos demostrarlo objetivamente, parece razonable pensar que algunas tiradas de postales serían lo suficientemente amplias para que perdurasen durante cierto tiempo en los puntos de venta y ello permitiese una circulación posterior.

También cabe que los coleccionistas e, incluso, aquellos que no lo fuesen, a medida que salían las nuevas ediciones en alguna medida “acopiasen” tarjetas postales que les resultasen atractivas o representativas para uso futuro.

El periodo de nuestros intervalos en el que más se extiende por término medio (media ponderada) la circulación en el tiempo de las postales editadas en el mismo es el primero (1900-1905), con una media de 3,05 años. El que menos el correspondiente a la guerra europea (1914-1918), con 2,11 años de diferimiento medio ponderado.

Capítulo 2. La tarjetas postales ilustradas de Huelva

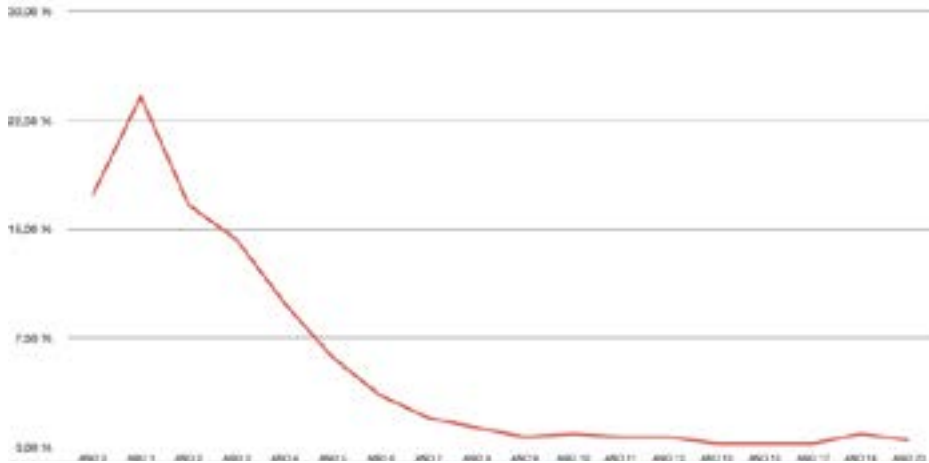


Gráfico 2.1. Diferimiento en la circulación en relación al año de edición de las postales. % sobre el total de circuladas.

La media del tiempo considerado en su conjunto es 2,81 años. Precisamente este mayor diferimiento del primer periodo enlaza con la posible explicación relativa al “acopio” de TP cuando se producían las salidas de las nuevas ediciones. En este periodo es en el que se producía por la novedad y la “fiebre” cartófila, amén del ímpetu coleccionista de entonces, ya referido en el capítulo anterior.

En cuanto a series concretas y temporalidad, analizamos las más circuladas, referidas antes: “gótica” de Papelería Inglesa (1902); “coloreada” de Purger (1903); “única” de Amador y Juan del Pino (1901); y “arial” de Papelería Mora (1909). Y nos encontramos con que la “gótica” de Papelería Inglesa fue circulada en un abanico muy extenso de años, posteriormente a su edición.

La media ponderada de diferimiento es, 4,75 años, mucho más elevada que la de la muestra en su conjunto, recordamos 2,81 años. La serie de Purger tuvo en su circulación ligeramente más diferimiento medio que la poblacional, 3,04 años.

Los otros dos casos tuvieron, por el contrario, un diferimiento medio mucho menor al del conjunto de las postales circuladas. La de Amador y Juan del Pino (imagen 2.8.) tan solo 1,89 años; y la de Papelería Mora aún menos, 1,80 años.

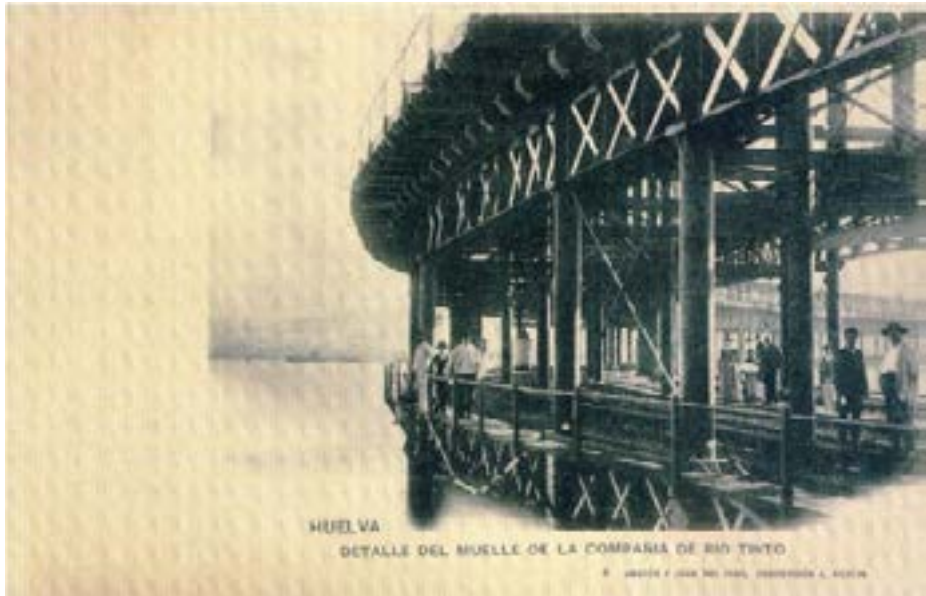


Imagen 2.12. N° 6 de la serie única de Amador y Juan del Pino. 1901./ Col.Autor

Respecto a diferimiento y países destino, entre los principales, Francia y Alemania coinciden en una media ponderada elevada, 3,26 y 3,48 años, respectivamente, frente a España y Reino Unido, que tienen medias más reducidas, 2,48 y 2,11 años, respectivamente.

un
i
A

Capítulo 3

El destino de los símbolos onubenses
a través de sus tarjetas postales



Sra. Da Rosa Ma

Sda de Fijol y Jar

Almirante Cadar

y Valenci

Nicolás Pomar

destinados todos: Mañana a un
salimos para Balamos y San Felin de Qui
xols. Los espero llegar del 5 al 6 Junio para
descargar el 8 y siguientes en Barria. Ayer
visite Sr. Gonzalez, marido de Blandina, en
su hotel, tomamos cafe juntos y haciendo
luego una partida de carambolas del cual es to-
do un maestro. Tiene gran simpatia y dentro
pocos dias espera ir a Madrid para pedir traslado
pues aqui se aburre vberanamente y tiene
razon para ello pues es un pueblecito feto de fo.
Hoy ha llegado Juanito Hernandez y dentro un
rato voy al cine con el. Su madre sigue ya
muy mejorada de la pierna, extraño que
Candelita no haya tenido un minuto para vi-
sitarla, tanto como la quieren. Mañana

El análisis global de este estudio se completa con el específico de ellas, para lo cual hemos considerado una muestra de 456 ejemplares de TPA de Huelva que son todas las que, con información básica completa (origen, destino, fecha de circulación), habíamos localizado hasta el 30 de junio de 2011.

De estas, 193 TPA forman parte de nuestra colección personal (conformada en gran parte a medida que fuimos realizando el estudio) y las 263 circuladas restantes las habíamos localizado en otras colecciones particulares (38 ejemplares), Archivo Histórico Provincial (23 ejemplares), Archivo de la Diputación Provincial (38 ejemplares), Archivo Histórico Municipal (39 ejemplares), varios librereros anticuarios (71 ejemplares), portales de internet (45 ejemplares), y Archivo de la Gerencia Municipal de Urbanismo (9 ejemplares).

Las TPA adquiridas en nuestra colección particular, una base muy importante para la investigación, fueron localizadas en más de cien ciudades de 20 países (España, Argentina, Francia, Alemania, Inglaterra, Bélgica, Gales, EEUU, Noruega, Hungría, Israel, México, Escocia, Luxemburgo, Portugal, Holanda, Italia, Uruguay, Dinamarca, y Singapur). En concreto, las 193 adquiridas de las que forman parte de la muestra de análisis sobre circulación de TPA de Huelva, proceden de 119 localizaciones distintas de la mayoría de los países citados, lo que refuerza el carácter representativo más allá de la consideración de su tamaño. La procedencia de las examinadas en los distintos archivos públicos y particulares visitados tiene una naturaleza similar.

¿A qué lugares llegaron en primera instancia las tarjetas postales editadas con imágenes de Huelva? Hay que advertir de entrada que no todas estas TPA salieron de la propia provincia de Huelva. Un 12% de la circulación de estas postales se produjo desde otros lugares. Esto se explica fundamentalmente porque marinos que llegaban al puerto onubense adquirían las postales y las enviaban desde escalas posteriores; y porque los editores foráneos ponían a la venta tarjetas en otras ciudades de España formando parte del conjunto de sus series generales.



Imagen 3.1. TP circulada de Huelva a París, en marzo de 1907./ Col. Autor

La mayor parte de los destinos de las TPA de Huelva en el periodo analizado se encuentran fuera de las fronteras españolas, un 69,3%. En nuestra muestra identificamos 215 ciudades diferentes como destino, de las que 30 eran españolas y 185 extranjeras (imagen 3.1.)

Estas tarjetas postales, con Huelva como protagonista de su ilustración, fueron enviadas un 87,72 % desde la provincia onubense hacia el exterior, un 2,85 % a la misma capital o provincia onubense, un 9,21 % desde el exterior al exterior, y un 0,22 % del exterior hacia Huelva (gráfico 3.1.).

Hemos dividido el periodo de estudio (1897-1940) en seis intervalos: 1900-1905 (solo hemos encontrado una TPA circulada con anterioridad a 1900), 1906-1913, 1914-1918, 1919-1930, 1931-1935, 1936-1940. Aunque estos intervalos difieren en su longitud corresponden periodos definidos con cierta homogeneidad histórica.

- del extr. al resto Esp.
- del extranjero al extr.
- de Huelva a Huelva
- de Huelva al resto de España
- del exterior a Huelva
- del resto Esp. al resto Esp.
- del resto Esp al extr.
- de Huelva al extranjero

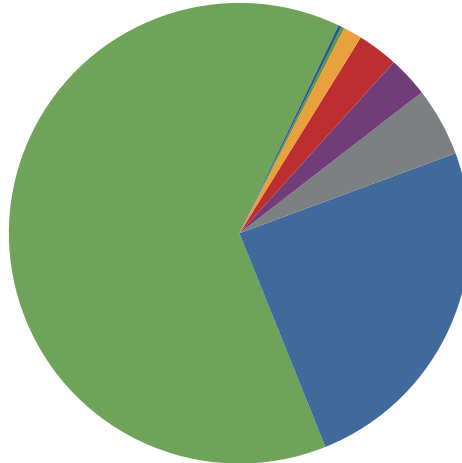


Gráfico 3.1. Origen/destino de las TPA circuladas de Huelva

El primero porque coincide con la circulación sin reverso dividido y para muchos la época dorada de las TPA; el segundo coincidente con la Gran Guerra Europea; el tercero con la finalización de esta y con la transición española, incluida la dictadura de Primo de Rivera, hacia la II República; el tercero con el periodo republicano; y el tercero con la Guerra Civil.

La distribución de la circulación de TPA por estos periodos la mostramos en el gráfico 3.2., en el que comprobamos que el periodo en el que más TPA de Huelva fueron circuladas fue en el 1906-1913, con un 38,82 % del total de TPA circuladas en el tiempo global analizado, seguido de la etapa de los “felicis años veinte” de 1919-1930, 22,15% de circulación, y la de la primera etapa, 1900-1905, en la que circuló un 21,93% de las TPA.

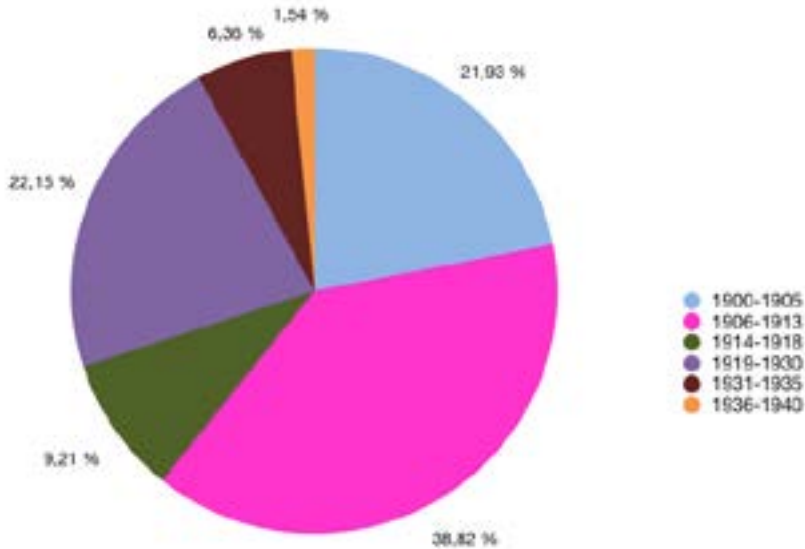


Gráfico 3.2. Distribución por intervalos temporales del conjunto de TPA circuladas.

Para hacer más comparables estas cifras, no obstante, consideraremos la media anual de tarjetas circuladas por periodo. Esa media la trataremos en términos de porcentajes sobre el total de tarjetas circuladas en nuestro espacio temporal. Así, por ejemplo, de la muestra, la media anual de TPA circuladas en el periodo 1900-1905 es de 16,67, que se corresponde con el 3,66 % del total de TPA circuladas. En el gráfico siguiente, 3.3, distinguimos entre las medias anuales circuladas según sea al extranjero o en territorio nacional, incluidas las de recorrido provincial onubense. Así, ajustamos la comparación anterior destacando nuevamente la circulación en el periodo 1906-1913, como la más importante, y la de 1900-1905, con una significación clave sobre el global.

El periodo 1919-1930 se presenta, realizado este ajuste, como más modesto, aunque también importante, sobre todo en la circulación hacia el extranjero. Observamos, también, que el único periodo en el que la circulación al resto de España se equipara con la dirigida al extranjero es el correspondiente a la Gran Guerra Europea.

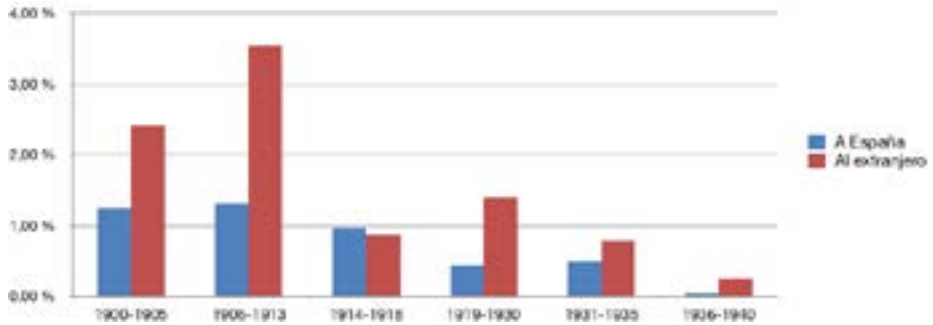


Gráfico 3.3. Medias anuales de circulación, en porcentajes, por intervalos temporales.

Parecen claras, así mismo, las consecuencias en la circulación de TPA de Huelva en el periodo de la Guerra Civil Española. Los envíos destinados al resto del territorio nacional se minimizan en relación a la circulación al extranjero. Aunque en su conjunto para este periodo casi desaparecen respecto al resto de los estudiados, como no podría ser de otra manera al verse afectado por el conflicto el propio servicio de correos.

En general, la popularización en la década de los veinte del uso del teléfono influyó notablemente en la comunicación a través de tarjeta postal. De alguna forma, esa inmediatez del mensaje corto que supuso la innovación de la TP se suple en una gran medida por el tiempo real de la llamada telefónica. Se mantienen cierto grado de circulación en los perfiles de remitente correspondientes a viajeros y marinos, pero el efecto de la evolución tecnológica se hace irreversible. Ello explica por tanto la reducción en TP circuladas en los últimos periodos de nuestro estudio.

Carecemos de datos sobre la circulación de TPA de otras provincias. Es posible que en otras zonas de España menos “colonizadas” (por el desarrollo minero) la relación entre circuladas al extranjero y circuladas al resto de España no sea tan favorable a aquellas. La muestra que hemos considerado, en realidad un inventario, consistente en todas las TPA circuladas completas

que hemos localizado, la hemos ido conformando con el paso de los años, con finalización en junio de 2011.

Parece lógico que la distribución entre países de las primeras cien TP localizadas, por ejemplo, difiera de la resultante de la muestra definitiva. Lo que si hemos comprobado, validando la representatividad de la muestra, es que a partir, aproximadamente, de las trescientas TP, el resto de ejemplares han ido regular y fielmente correspondiendo a la distribución definitiva, no alterándose esta ya desde ese momento. Por ejemplo, nuestra muestra determina que alrededor del 30% fueron las TPA circuladas dentro de España, y cada vez que incorporábamos una nueva TP “española” veíamos como al cabo de varias postales más seguía manteniéndose la relación, apareciendo dos o tres postales circuladas al extranjero a continuación para consolidar la distribución muestral.

Si formuláramos la cuestión sobre qué país extranjero se piensa que ha podido ser, durante nuestro periodo de estudio, el principal receptor de TPA de Huelva, lo más probable es que se respondiese que Reino Unido, dada la supremacía societaria en la actividad mercantil de foráneos en la provincia de Huelva, como consecuencia de la actividad minera. Nuestro análisis permite acreditar, sin embargo, que fue Francia, y a gran distancia, el principal receptor de TPA de Huelva, hasta 1940. De hecho, el 34,18% de todas las enviadas al extranjero fueron a Francia, el doble de las remitidas al Reino Unido, que fueron el 17,41 %.

Como puede apreciarse en el gráfico 3.4., ya a una mayor distancia, también fueron importantes receptores Alemania y Portugal, seguidas de un bloque de tres países parejos, Italia, Bélgica y EEUU. Para explicar esta distribución lo primero, como es lógico, es atribuir la presencia extranjera en Huelva al citado auge minero.

Las compañías eran preferentemente británicas y francesas, aunque estas últimas en menor grado. No obstante, el descubridor de la riqueza minera de Huelva para Europa, al calor de la revolución industrial, fue un ingeniero francés, el ya citado Deligny. En el desarrollo del trabajo, inicialmente no encontrábamos una explicación a esta llamativa preponderancia cartófilo-postal de la circula-

ción con Francia. Existían compañías británicas, francesas, belgas, etc., pero las más importantes, con mayor número de técnicos extranjeros eran, con diferencia, las británicas.

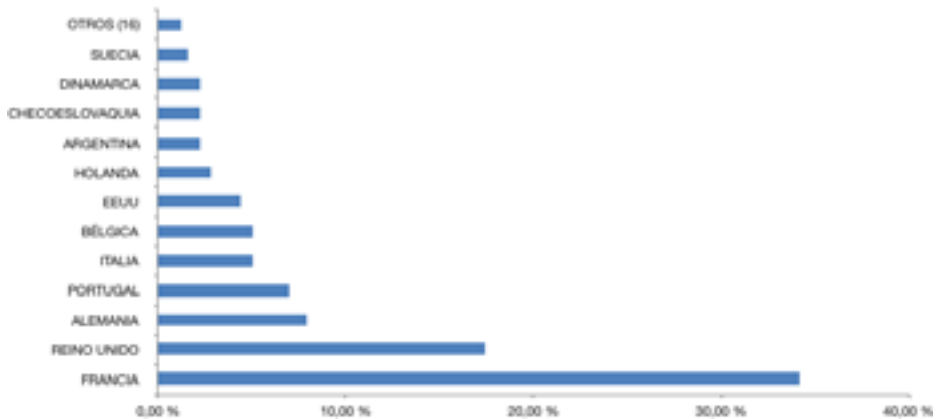


Gráfico 3.4. Distribución de la circulación por países. Porcentaje sobre el total circulado al extranjero (1900-1940).

En ese sentido, La Rio Tinto Company gestionaba una explotación que, por ejemplo¹⁵⁷, en 1907 produjo 32.835,58 kgs. de cobre fino. Ello le hacía situarse como el cuarto productor mundial. La Tharsis Company, por su parte y gestionando una gran explotación, en ese mismo año produjo 4.480,77, número 52 de ranking mundial de productores.

Esta comparación puede aproximarnos a la dimensión relativa de ambas compañías. Tharsis era, a gran distancia de las que le seguían, la segunda productora de Huelva, y ambas eran británicas. De bastante menor tamaño operaron otras británicas (The Buitrón&Huelva Railway&Minerals, The Huelva Central Copper, The Cala Mines, The Esperanza Copper, The San Miguel Copper, The Peña Copper, The Huelva Copper & Sulfur –imagen 3.2.-) y otras de varias nacionalidades. La única relevante francesa fue la Société Française del Pyrites de Huelva.



Imagen 3.2. TP editada por la Cía. británica The Huelva Copper & Sulfur./ Col.Autor

Pero además de la supremacía británica minera no podemos olvidar la importancia de la compañía, también británica, del Ferrocarril de Zafra a Huelva (Imagen 3.3.). Lo lógico sería que al radicarse mayor número de operarios británicos (aunque sus compañías también contratasen a técnicos de otras nacionalidades), la correspondencia cartófilo-postal hacia las Islas fuese sensiblemente superior a la dirigida a Francia.

Tratando de encontrar explicaciones podíamos considerar, por ejemplo, un hipotético factor de emigración onubense a Francia (algo más factible que a Reino Unido, por cercanía geográfica y cultural), como sucedió décadas después, que justificase una correspondencia postal especial.



Imagen 3.3. TP editada en 1913 de la serie Geografía del Reino de Andalucía./ Col.Autor

En nuestro periodo la emigración española es sabido que se produjo a Sudamérica, con lo que esta posibilidad carece de sentido. Intuitivamente pensamos, además, que está más extendido el envío de postales desde el lugar de destino de las personas al de origen, que viceversa, con lo que este posible argumento se debilita aún más. Prueba de ello lo constituye el prácticamente nulo envío de postales remitidas a Sudamérica dentro de nuestra muestra.

Buscando otra razón, pensando en los extranjeros afincados en la capital, por si por la actividad económica inducida pudiesen haber llegado más franceses que británicos o de otros países. A tal efecto, hemos comprobado también el número relativo de vecinos de la capital de una y otra nacionalidad que figuran en las guías de Huelva de 1901¹⁵⁸, 1906¹⁵⁹, 1917¹⁶⁰ y 1926¹⁶¹. Aunque desconocemos el criterio utilizado por los autores de dichas guías para confeccionar estos “censos”, creemos que es un buen instrumento de comparación que ilustra sobre la presencia extranjera en Huelva.

encontrarla en una deficiencia en la conformación de la muestra, en el sentido de que pudiésemos haber accedido a más TPA adquiridas en Francia que en otros lugares, alterando la aleatoriedad. Sin embargo, comprobado el lugar de adquisición de las TPA circuladas de la muestra que forman parte de nuestra colección particular (conseguir ese dato del resto resultaría muy dificultoso) las conclusiones anulan esta posibilidad.

Resultando dieciséis países distintos (España, Alemania, Reino Unido, Noruega, Bélgica, Holanda, Francia, Italia, EEUU, Portugal, Uruguay, Dinamarca, Argentina, Canada, Singapur e Israel) observamos que solo el 5,92% del total están compradas en Francia, prácticamente el mismo porcentaje que las adquiridas en el Reino Unido, un 5,33%. Descartamos, por consiguiente, esta explicación.

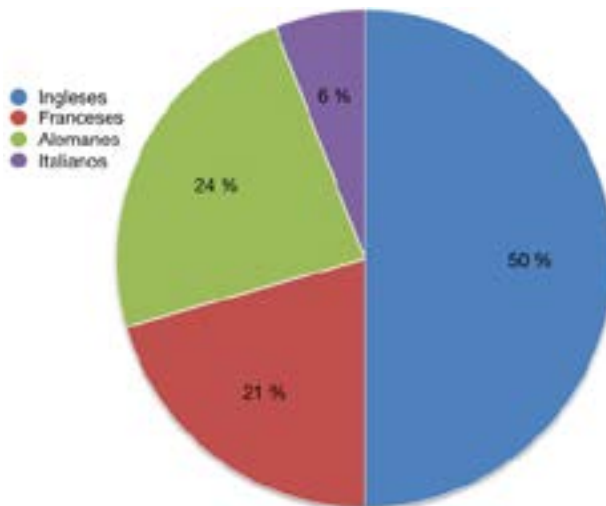


Gráfico 3.5. Distribución de las principales colonias de extranjeros en la capital onubense. Fuente: Guía de Huelva y su provincia 1906.

La resolución a esta incógnita la hemos encontrado analizando el perfil de los remitentes de TPA. La mayor parte de los remitentes de tarjetas postales a Francia no eran franceses, eran españoles con un perfil muy característico: coleccionistas. Intercambiar postales con coleccionistas franceses era más rápido y sencillo que

con los de otros países. Francia estaba más cerca y su lengua es más accesible para los hispanoparlantes.

En todo caso es comprensible, por lo comentado, el peso del Reino Unido y la importancia también de Alemania, que tenía en Huelva una relevante colonia de hombres de negocios que llegaron a una tierra de oportunidades colonizada por los ingleses.

La nación germana conformaba la segunda colonia extranjera en orden de importancia, tras la británica, tanto en lo cuantitativo como en lo cualitativo. La proximidad de Portugal explica que la mera comunicación entre compatriotas residentes en uno u otro lado de la frontera de lugar a una circulación de TPA reseñable.

Los casos de Italia, Bélgica y EEUU, así como los del resto de las naciones citadas, creemos que se corresponde más con perfiles turísticos y, sobre todo, con el de marinos que arribaban a la ciudad con el trasiego minero (descarga de aprovisionamientos para las minas, carga de mineral para exportación).

Los otros países que aparecen agrupados en el gráfico 3.4 son: Luxemburgo, Austria, Irlanda, Uruguay, Argelia, Cabo Verde, Letonia, Líbano, Lituania, Malta, México, Noruega, Suiza, Túnez, Cuba y Vietnam. Los más exóticos aparecen en esta lista por el efecto de los coleccionistas. Por continentes parece una distribución lógica, al ser el 90,51 % de las TPA circuladas con Europa; el 7,91 circuladas con América; el 0,95 % circuladas con Africa; y el 0,63% circuladas con Asia.

Parte de la explicación de los países destinos, como hemos adelantado viene determinada por los perfiles de remitentes. El cruce de variables nos proporciona para cada país el perfil del remitente (gráfico 3.6.). Para España el tipo más frecuente es el remitente común, con un 54,2% de las TP remitidas desde Huelva al resto de la nación; y el menos frecuente el de marino, con solo un 4,8%.

Para Francia, el tipo de remitente más frecuente es el de coleccionista, con un 51,9%, y el menor el de marino, con un 9,1%. La importancia del perfil coleccionista para las TP enviadas a Francia entendemos que nos proporciona la explicación para la duda suscitada en el epígrafe “circulación por países”.

El que sea significativamente mayor el número de TP enviadas a Francia respecto a las enviadas al Reino Unido, que por población residente y tráfico marítimo

se destaca de forma obvia a aquella en Huelva, es la resultante de la mayor correspondencia coleccionista, en definitiva. Estas TP no fueron remitidas por franceses, sino por coleccionistas españoles (Imagen 3.5.).



Imagen 3.5. TP remitida por un coleccionista onubense a Francia, en 1903./ AHDH

De las TP enviadas a las Islas Británicas los perfiles más característicos fueron los de marino y remitente común. Ello parece lógico, por el gran número de residentes británicos en la provincia, y por el importante tráfico marítimo derivado de la actividad minera y radicación de empresas de dicha nacionalidad.

Hemos comprobado¹⁶², tomando al azar tres meses de años sin conflictos bélicos, enero 1907, febrero de 1908 y marzo de 1909, que alrededor del 40% de los buques mercantes que operaban en el puerto de Huelva tenían bandera británica. Parece que esta preponderancia explica el mayor peso relativo de remitentes marinos en los envíos a este país, aunque no muy distante de los correspondientes a residentes británicos en la provincia, 42,4% y 36,4%, respec-

tivamente. Enviadas hacia Alemania tienen en el remitente común, alemanes de la significativa colonia onubense (incluidos numerosos técnicos contratados por los ingleses para sus minas), el tipo más frecuente, y de forma destacada, con un 77,8%. El otro perfil característico, con un 22,2 %, es del de marino.

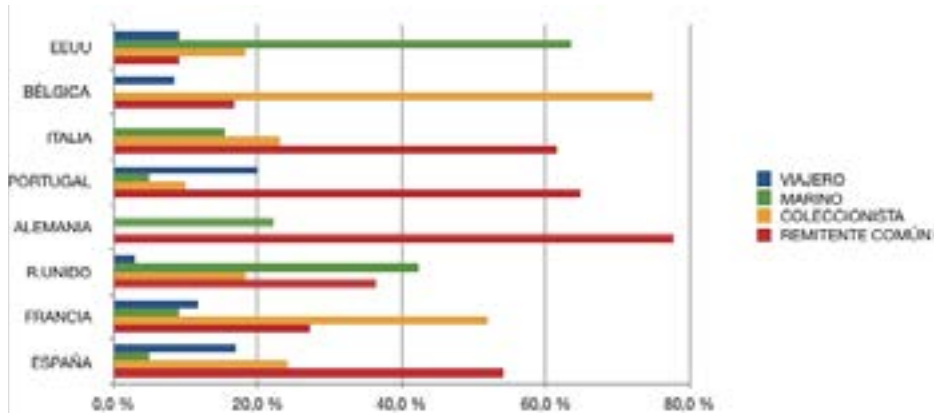


Gráfico 3.6. importancia relativa en cada país de tipos de remitente.

Ello concuerda también con la comprobación antes indicada respecto al tráfico marítimo, dado que llevaban bandera alemana entre el 13% y el 16% de los buques que operaban en el puerto.

Del resto de los principales países receptores de TP de Huelva destacamos el que Bélgica prácticamente era destino como consecuencia del coleccionismo, con un 75% de las TP remitidas a ese país de esta naturaleza; y EEUU (imagen 3.6.), a su vez, lo era por envíos de los marinos, con un 63,6% de sus postales recibidas por esta razón.

Este dato nos lleva a la conclusión de que había numerosos marinos estadounidenses enrolados en buque británicos, dado que aunque de los buques despachados en el inventario referido al menos un 10% lo son a ciudades norteamericanas, ninguna de las 329 naves operantes identificadas tenían pabellón de este país.

La dispersión de la circulación en cada país, en origen y destino, también ha sido objeto de nuestra curiosidad. En el origen de la circulación, ese 9,21% de TPA enviadas desde ciudades externas a la provincia de Huelva se verificó desde 19 enclaves, de los que cinco eran ciudades de fuera de España. La ciudad española desde la que se enviaron más postales de Huelva hacia el exterior fue Sevilla, con un 3,5% del total de circuladas. La proximidad de la capital andaluza explica este hecho.



Imagen 3.6. TP remitida desde Huelva a su país por el capitán de un buque norteamericano, en 1906./ Col. Autor

Como dijimos, las TPA estudiadas fueron enviadas a un total de 215 ciudades distintas, de las que 30 eran españolas y 185 extranjeras. Las principales ciudades destino de las TPA de Huelva en España fueron Madrid (5,48% del total de circuladas), Sevilla (4,82%), y Barcelona (3,29%). En el extranjero fueron París (5,04%), Les Cabannes (2,42%) y Londres (1,76%).

Ciudades a gran distancia geográfica de Huelva que recibieron sus postales fueron, por ejemplo, Saigón, Buenos Aires, Minnesund, Santiago de Cuba o Filadelfia. Es interesante analizar el número de ciudades, por países, que fueron receptoras de TPA de Huelva.

Es curioso que España, por ejemplo, siendo el país de mayor destino, con un 30,70% del total, se sitúe en tercera posición, por detrás de Francia y Reino Unido, en el número de ciudades destino. España tiene 30 ciudades; Francia, la primera, 54; y Reino Unido 37. Recordamos que Francia recibió en total un 23,52 % y Reino Unido un 12,09% de las TPA circuladas.

Hay que destacar en esta variable, que nos indica el grado de dispersión internacional, a EEUU. Identificamos doce ciudades destino de este país, situándose en el cuarto en cuanto al número de ciudades receptoras de las naciones extranjeras, mientras que en relación al volumen de circulación figura el octavo, con un 3,08% del total de circuladas.

un
i
A

Capítulo 4

La imagen trasladada de Huelva



MODA STAVART

HUELVA

CALLE DE LA CONCEPCIÓN

Rogelio Buendía, Concepción 17

*Chelo
Caroim
Que
a Br
Est. Ce
B'ho
Hern
Sant
itab
D'ja
H'ca
me
Caroim,*

En las TPA de nuestra muestra aparecen 54 motivos representativos distintos. El contenido de cada TP, aun formando parte de una serie, no deja de mantener una naturaleza individual de símbolo, de elemento representativo, en este caso de Huelva. Estos 54 símbolos aparecen en distinto nivel de circulación. Resulta razonable pensar que los adquirentes de TP cuando elegían una TP de alguna forma mostraban su selección en materia de símbolo del lugar, que atribuían a la ilustración circulada.

En el tiempo global considerado el símbolo más característico circulado a través de las TPA de Huelva fue el Muelle de la Cía. de Riotinto, con un 8,55 % de las TP circuladas teniéndole como protagonista de la ilustración (Gráfico 4.1.). En nivel de circulación le siguen el Monasterio de La Rábida (7,46%) y la calle Concepción y la Plaza de las Monjas (ambas con un 5,48%).

Hay que destacar, no obstante, que, en su conjunto, los llamados lugares colombinos (en este caso el Monasterio de La Rábida, el Monumento a los Descubridores o Monolito, la Fuente y el Muelle de la Reina) ostentan la mayor difusión, con un notable 15,57% de todas las TPA circuladas.

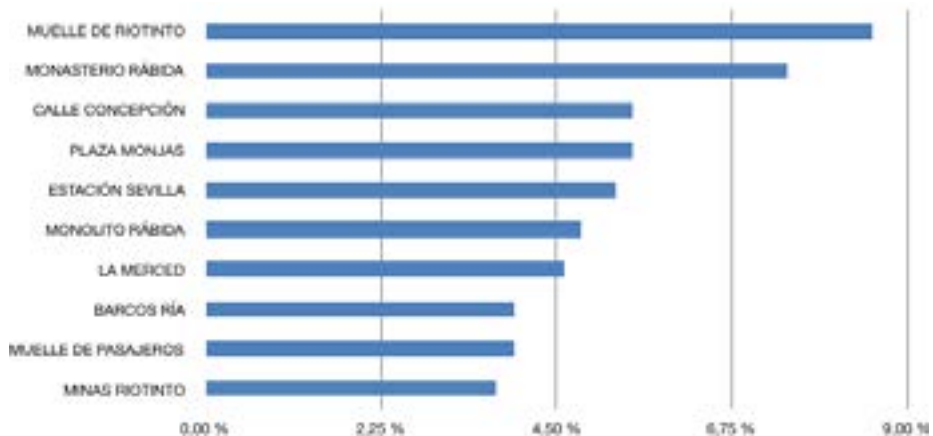


Gráfico 4.1. Principales motivos representativos en las TPA circuladas de Huelva (% s/ circulación total).

Además de las consideraciones anteriores, debemos señalar la importante diferencia en la circulación de TPA dedicadas a las estaciones de ferrocarril dependiendo de que fuesen de la línea Huelva-Sevilla, la línea Huelva-Zafra o la línea Huelva-Río Tinto.

En el caso de la Estación de Sevilla (gráfico 4.2.), el porcentaje sobre el conjunto de TPA circuladas es de un 5,16%; en el de la Estación de Zafra, un 0,65 %; y en el caso de la Estación de Río Tinto, un 0,22%. Estos porcentajes son directamente proporcionales al número de TPA originales editadas, que según nuestro inventario fueron 29 (Est. Sevilla), 8 (Est. Zafra), y 5 (Est. Río Tinto).

Al margen de ello, aunque la importancia económica de las líneas de Huelva-Zafra y Huelva-Río Tinto era indudable, es obvio que la línea de Sevilla tenía más tráfico de pasajeros y contaba con una estación en la capital de una envergadura y valor arquitectónico notablemente mayor a aquellas, lo que explica su importancia en ediciones y circulación.

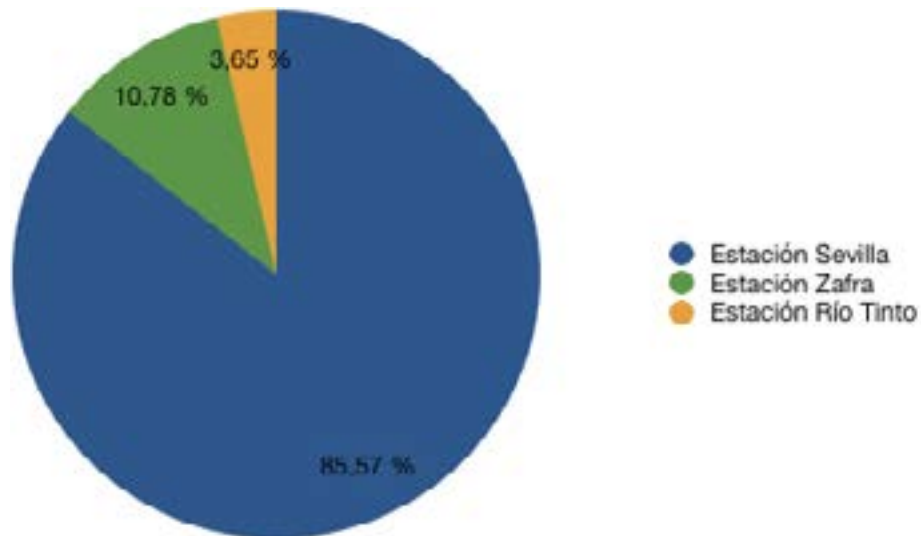


Gráfico 4.2. Importancia relativa de la circulación de las TPA de las tres estaciones ferroviarias de la capital onubense.

Si cruzamos la variable destino con los símbolos, y centrándonos en los cuatro principales países (España, Francia, Reino Unido y Alemania), comprobamos que para el conjunto de los veinticinco primeros símbolos en difusión (los diez del gráfico más la Pescadería, el muelle Norte, panorámica de la ciudad, muelle Sur, Casa Colón, Niebla, Paseo Santa Fe, calle Sagasta, Minas –sin Río Tinto-, Glorieta Norte, Muelle Reina, Paseo del Muelle, Fuente Rábida, Balneario del Odiel y Punta Umbría) la distribución por destino se mantiene similar a la del conjunto de la muestra: 28,43 % por 30,11% para España; 24,11% por 23,23% para Francia; 11,93% por 11,83% para Reino Unido; y 5,33% por 5,38% para Alemania.

No ocurre así, sin embargo, con el análisis localizado de tres grupos significativos de símbolos, el de La Rábida (Lugares Colombinos), el de la Cía. de Río Tinto, y el de motivos portuarios, llamémosle grupo Puerto, del que excluimos el muelle de Río Tinto, que ubicamos en la compañía británica.

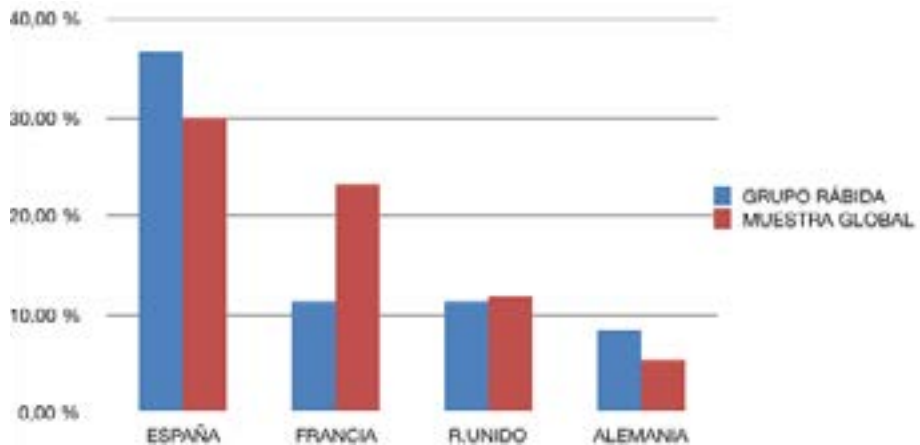


Gráfico 4.3. % de destino (los principales) en la circulación de las TPA de Huelva. Comparación muestra global con TPA del grupo Rábida.

Los lugares colombinos fueron particularmente difundidos hacia el resto de España, de modo que para este segmento de símbolos se circularon a territorio nacional un 36,62 % del conjunto rabideño, peso relativo superior al del resto de los motivos simbólicos en circulación por España (Gráfico 4.3.). No es el caso de Francia, que baja a un 11,27% (recordamos que del conjunto de los 25 primeros símbolos le llegan un 24,11% de las TPA circuladas).

Reino Unido recibe un porcentaje similar al propio relativo a la sub-muestra, un 11,27 %; y Alemania recibe ligeramente por encima de su porcentaje en relación a esa sub-muestra, un 8,45% (frente al 5,33%).

La singularidad del “grupo Río Tinto” de TPA circuladas (Muelle de Río Tinto, Minas de RT, y Casa Colón) parece muy intuitiva: mayor peso de la recepción en las Islas Británicas (19,12%) y nula circulación (0%) de estos símbolos a Alemania, adversario político y económico incuestionable en el periodo de nuestro estudio.

Los porcentajes de envíos a España y Francia son similares a los del conjunto de los veinticinco símbolos principales y a los de el conjunto de la muestra de TPA circuladas (30,88% y 23,53%, respectivamente). Respecto al “grupo Puerto” (Muelles Norte, Sur y Pasajeros, Paseo del Muelle, Barcos Ría, Pescajería y Glorieta Norte), aparece una mayor circulación relativa a Francia, que se equipara a España con un 29,79%. Reino Unido baja en relación al conjunto, con un 10,64%, y Alemania tiene en este caso mucha menor consideración como destino, con tan solo un 4,26%.

	ESP	FRA	R.U.	ALE	POR	ITA	BEL	USA	HOL	ARG	CHE	DIN
Muelle de Río Tinto												
Monasterio de La Rábida												
Barcos Ría												
Monumento Descubridores Rábida												
Plaza de las Monjas												
Paseo de Santa Fe												
Plaza de la Merced												
Balneario del Odiel												
Glorieta Norte												
Casa Colón												
Calle Concepción												
Muelle de Pasajeros												
Niebla												
Panorámica Huelva												
Estación de Sevilla												
Muelle Norte												
Minas de Río Tinto												

Mapa cromático 4.1. Símbolos individuales más característicos en las tarjetas postales circuladas a cada país.

Los símbolos individuales más característicos circulados a cada país, según el inventario estudiado, están representados en el mapa cromático 4.1.

Las columnas están encabezadas por las siglas de los países con mayor circulación desde Huelva; y las filas con los símbolos más circulados de cada uno de ellos. A estos efectos hemos considerado los que más se repiten en las TPA circuladas de cada país.

Dependiendo del periodo que consideremos, dentro de los cinco establecidos, podemos apreciar también cierta preponderancia de algunos símbolos respecto a otros. Analizamos la cuestión a partir de los veinticinco símbolos principales especificados (gráfico 4.4.), agrupándolos en las cinco categorías homogéneas consideradas en el epígrafe anterior.

En el primer periodo, 1900-1905, destaca la circulación de TP con reproducciones del grupo de símbolos que hemos identificado como grupo Ríotinto, con un 28% de TP circuladas respecto al total. También son destacables las TP del que hemos llamado grupo Puerto, con un 20%.

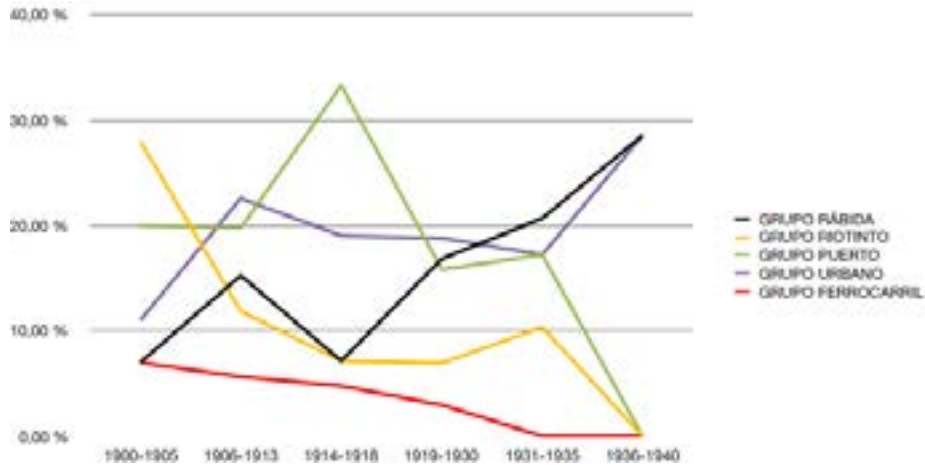


Gráfico 4.4. Nivel de circulación relativa de los distintos grupos de símbolos por periodos.

En el segundo periodo, 1906-1913, el conjunto de imágenes onubenses más difundidas a través de la circulación de TP fue el de las urbanas, con un 22,60%. También tuvieron una relevancia especial las portuarias (19,77%) y el grupo de La Rábida (15,25%).

En el periodo 1914-1918 las imágenes difundidas de Huelva fueron mayoritariamente las del puerto, con un 33,3%, y en segundo término las urbanas, con un 19,05 %. El resto lo fueron en mucha menor medida.

En el periodo siguiente, 1919-1930, la representatividad está más repartida, entre los grupos urbano, rabideño y portuario. Entre 1931 y 1935, la mayor parte de las TP circuladas contenían motivos rabideños; al igual que en la etapa posterior, 1936-1940, en la que comparte la preponderancia con imágenes urbanas, 28,57% cada uno de estos grupos.

En conjunto, observamos una relativa escasa presencia de imágenes urbanas en el primer periodo, ocupando la primacía las vistas de la compañía de Riotinto y las portuarias, estas últimas con pico superior en el periodo 1914-1918.

En los siguientes periodos el peso de las imágenes urbanas se consolida entre un 17,24% y un 28,57% de todas las circuladas. Las imágenes de la compañía británica son menos circuladas a partir del segundo periodo estudiado, en contraposición de las correspondientes a La Rábida, que experimentan una evolución creciente.

Comprobamos también que las TP que contienen imágenes de la actividad ferroviaria, tanto de las estaciones de Sevilla como de Zafra, van reduciendo su importancia en la circulación a medida que transcurre el principio de siglo estudiado. Así, del 7% de las TP circuladas en el primer periodo, va reduciéndose gradualmente hasta el 0% en el periodo 1931-1935 y el siguiente.

A continuación concretamos en detalle los veinticinco símbolos principales en cuanto a presencia en el inventario conformado de las TPA de Huelva, de un total de ochenta identificados. Mostramos el número de TPA originales y de fotografías utilizadas en las ediciones de los más relevantes en el gráfico 4.5.

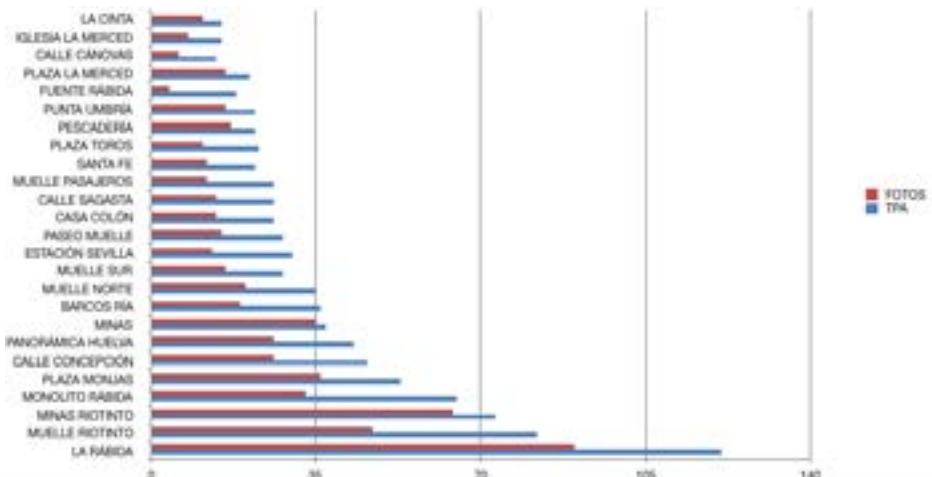


Gráfico 4.5. Los veinticinco principales símbolos de las TPA de Huelva. N° de originales y fotos en el inventario.

Este gráfico 4.5. está ordenado jerárquicamente en función del número de TPA editadas. La comparación que nos brinda respecto al número de fotos pone de

manifiesto que algunos símbolos, aun siendo bastante utilizados o divulgados no necesariamente contaron con muchas fotografías.

Son los casos, por ejemplo, de la Estación del ferrocarril a Sevilla o la fuente de La Rábida (pequeña alberca situada al sur del monasterio, al lado del paseo de los descubridores, cuyas vistas son repetidas con cierta frecuencia).

En el caso contrario se encuentran las fotografías de las minas en general y de las de Río Tinto en particular, cuyas instalaciones contaron con muchas fotografías que no fueron repetidas en las distintas ediciones.

El gráfico siguiente, 4.6., nos da una nueva perspectiva, comparando, en la selección de los doce símbolos en mayor número de ediciones, la circulación con aquella variable. Vemos que también se destaca la Estación de Sevilla, pero en esta ocasión por tener un número de TPA circuladas en relación al de ediciones. Observamos en el gráfico que los símbolos destacados en este sentido son el Muelle de Río Tinto, la Plaza de las Monjas, la calle Concepción y la citada Estación de Sevilla.

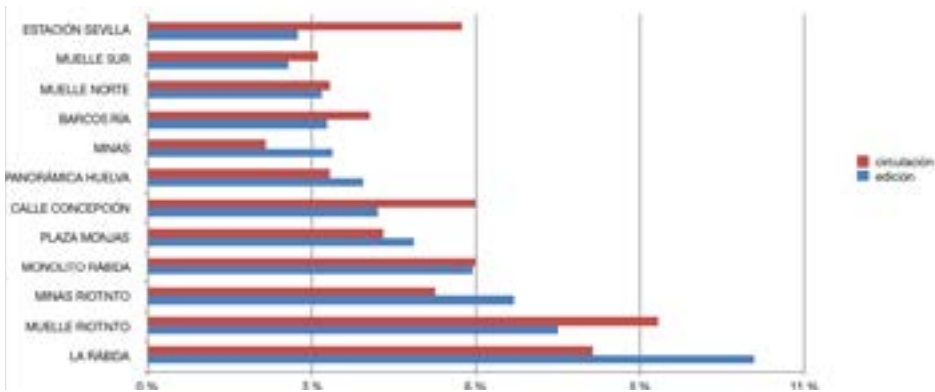


Gráfico 4.6. Porcentajes de circulación / edición sobre la relación de circuladas y el inventario de ediciones, respectivamente, de los principales símbolos protagonistas de las TPA.

A continuación reseñamos cada uno de los símbolos principales y su presencia en ediciones de tarjetas postales ilustradas:

legendario convento fundado por el mismísimo San Francisco en el s.XIII; pasando por un templo romano en honor a Prosepina donde se realizaban sacrificios humanos, un templo mariano en la primitiva era cristiana, una mezquita-fortaleza mahometana denominada *Rábhita*, un templo cristiano-mozárabe, y un convento de monjes templarios, existe como decimos una tradición que es discutida en su valor histórico por los estudiosos ante la ausencia de pruebas de carácter científico.

En el capítulo anterior destacamos un hito fundamental respecto a este símbolo, su salvación del derribo justo a mediados del s.XIX. Otro viene constituido por la creación de la Real Sociedad Colombina, en 1880, gran valedora y conservadora del monasterio. Más allá de la conmemoración del IV centenario del Descubrimiento y Evangelización de América, en 1892 y ya comentada antes, en 1919 se produce otro momento clave en la historia del mismo, la reintegración de La Rábida a la Orden Franciscana, impulsada por diputado nacional por Huelva Antonio Mora Claros.

Y, por último, en el periodo de nuestro estudio otros dos acontecimientos de proyección se destacan en la vida del complejo rabideño, la salida del vuelo del Plus Ultra (1926) y la realización de los renombrados frescos de Daniel Vázquez Díaz (1930).

En nuestra catalogación hemos considerado las imágenes correspondientes al símbolo “La Rábida” a las que tienen como protagonista al edificio, externa o internamente, global o parcialmente; y a las vistas panorámicas del entorno con eje en el monasterio (imagen 4.2.).



Imagen.4.2. Tarjeta postal editada por Photoglob Zurich en 1903 con una panorámica de La Rábida

Así considerados, identificamos 121 originales, editados a partir de 90 imágenes fotográficas distintas siendo, como adelantábamos, el principal icono onubense desde la perspectiva de este estudio. En coherencia con esta preponderancia, veintiocho editores, tres no identificados, y desde luego todos los relevantes, contemplaron en sus ediciones una o varias TPA con La Rábida como protagonista. Los propios franciscanos conservadores del monasterio realizaron varias ediciones (imagen 4.3.).

Desde 1901, prácticamente en todos los años, hasta el límite de nuestro periodo de estudio, 1940, excluido el vacío general de los correspondientes a la guerra civil española, se verifican ediciones de TPA con imágenes de La Rábida. Sorprende, sin embargo, que en las ediciones de los precursores Hauser y Menet no se contase con este símbolo destacado. También hay que recordar que, aunque



Imagen.4.3. Tarjeta postal editada por los franciscanos de La Rábida en 1929. / Col.Autor

La Rábida es, con diferencia, el símbolo más reproducido en las ediciones, pasa a un segundo lugar en cuanto al nivel de circulación de TPA con dicho símbolo, por detrás del Muelle de Ríotinto. De hecho, mientras en que las TPA editadas corresponden a un 10,16 % del total, en las circuladas se quedan en un 7,46 %.

Muelle de Río Tinto.

El también llamado muelle de hierro de Huelva constituye no solo un símbolo de la compañía inglesa que durante ocho décadas explotó las minas de Río Tinto sino que, por su envergadura y singularidad, representa a todo el asentamiento industrial minero y a una actividad imprescindible, la portuaria, asociada a él.

Sobre el ancho pasaje fluvial, silencioso y cristalino, que convierte a Estuaria en singularísima población lacustre, se levantan en el arcén de la ría unos muelles férreos y monstruosos donde empiezan a sumarse los millones de la gran

empresa nordetana explotadora del país: cargaderos con grúas de mandíbula y de imanes, transbordadores y viaductos, insisten en las marismas con formidables plataformas apoyadas en vigas de celosía y columnas de fundición.

En estos términos la célebre escritora Concha Espina¹⁶⁶ definió al muelle de Río Tinto en 1920, excelente obra de ingeniería diseñada por George Bruce¹⁶⁷, presentada en 1874 y ejecutada por Thomas Gibson. El muelle quedó concluido para iniciar su actividad en marzo de 1876, y dejó de operar en 1975.

Cuando se proyectó hubo críticas por la dimensión y el coste de la instalación industrial. Estos dos ingenieros defendieron su viabilidad basándose en su proyección y las reservas de mineral susceptibles de embarcarse a través de él. En aquel lejano 1874 auguraban un siglo de actividad, algo que el tiempo se encargó de confirmar.

La longitud del muelle era de 1.165 metros, de los que 579 se introducían en la ría. Contaba con dos o tres plataformas (según el tramo) por las que discurrían las vías para los vagones de mineral, y la circulación de los mismos se basaba



Imagen.4.4. Muelle de Río Tinto en una tarjeta postal de editor sin identificar (1907). / Col. Autor.

en la gravedad. Esta obra de ingeniería constituyó una iniciativa vanguardista respecto a los muelles ya operantes en Inglaterra, tanto en el diseño en sí como en la forma de construirlo.

Dada la importancia de dicha instalación, y el carácter simbólico paralelo, no es extraño que Hauser y Menet la seleccionase como motivo de una de las tres primeras TP editadas sobre la ciudad onubense; que Amador y Juan del Pino, en su serie de veinte de 1901, la contemplase en tres originales; y que figure en esta relación que destacamos solo superada en presencia en ediciones hasta 1940 por el Monasterio de La Rábida. Aunque no forma parte del presente trabajo, hemos comprobado que para las siguientes décadas este ya monumento, declarado Bien de Interés Cultural, ha mantenido tal protagonismo en la tarjetografía postal onubense.

En total hemos identificado ochenta y dos TPA, editadas a partir de cuarenta y siete fotografías distintas y, al igual que en el caso anterior, todos los editores relevantes lo tenían en cuenta en sus ediciones, algunos de forma múltiple y también en las escasas series de las que no hemos podido identificar editor (imagen 4.4.).

La mayor parte de las vistas son tomadas desde tierra, mirando hacia la zona cóncava del muelle, aunque hay numerosas de detalles y algunas también tomadas desde la orilla, desde la ría mirando al lado convexo, o desde su interior (imagen 4.5).

Hay que destacar el que este símbolo, tal como avanzábamos en epígrafes anteriores, fue el que protagonizó el mayor número de TP circuladas, con un 8,55 % de las inventariadas, teniendo un 6,87 % de las editadas.



Imagen.4.5. Muelle de Río Tinto desde su interior / Col. Autor.

Minas de Ríotinto.

Las Minas de Río Tinto constituyeron un símbolo de la actividad económica de la provincia de Huelva y particularmente de la capital, donde la poderosa compañía británica ocupaba un gran espacio del terreno municipal y contaba con instalaciones industriales y residenciales que la hacían ser el referente económico y laboral.

Como símbolo Minas de Ríotinto consideramos en nuestro inventario a aquellas postales que reproducen vistas de las propias minas e instalaciones en Río Tinto, editadas en la capital en series genéricas e incluso específicas como la impresa por Papelería Inglesa, o editadas en el exterior de la provincia .

También las dos series editadas por la propia compañía. Hemos excluido con este criterio a la colección de Juan García Pina, por considerarla entre las ediciones provinciales.

Por tanto, los editores que consideraron a estas minas en sus series fueron Hauser y Menet, Rogelio Buendía, Amador y Juan del Pino, Vda. e hijos de Muñoz, Papelería Inglesa (imagen 4.6.), y la propia compañía, a través del Almacén nº2 en uno de los casos.



Imagen 4.6. TPA editada por Papelería Inglesa de la serie sobre Minas de Río Tinto, de 1912./ Col. Autor

En total, con el criterio referido hemos inventariado 73 TPA realizadas a partir de 64 fotografías. La mayor parte de las ediciones que contaron con imágenes de las Minas de Río Tinto se realizaron entre 1897 (la primera TPA de Huelva, de Hauser y Menet) y 1912.

Monumento a los Descubridores en La Rábida.

También denominado en su momento Monumento a Colón en La Rábida (imagen 4.7.), fue inaugurado el 12 de octubre de 1892, dentro de la conmemoración del IV Centenario del Descubrimiento de América, en presencia de la reina regente María Cristina y el rey Alfonso XIII niño. El diseño y la realización corrió a cargo del arquitecto Ricardo Velázquez Bosco¹⁶⁸. La fisonomía de esta elevada construcción se mantuvo relativamente inalterada hasta precisamente 1940, cuando experimentó una profunda transformación, simplificando sus formas.



Imagen 4.7. Monumento a Colón en La Rábida. Edición de Amador del Pino (1903) / ADPH

Capítulo 4 **La imagen trasladada de Huelva**

La configuración de esta simbólica torre que hemos tenido la oportunidad de ver hasta 2010, por tanto, difiere claramente de la que nos trasladan las TP que analizamos. En 2011 se inició un proceso de restauración que culminará con la recuperación de algunos elementos de la obra original de Velázquez Bosco.

Protagonizadas por la fisonomía básica inicial de este símbolo fueron sesenta y cinco tarjetas postales editadas, a partir de treinta y tres fotografías, que van desde 1901 a 1940.

Aunque hay un número importante de vistas los planos son básicamente dos, uno corto, con perfil vertical, realizada en las inmediaciones de la base del monumento; y otro amplio, tomado desde alguno de los tramos de la llamada Avenida de los Descubridores, extenso paseo que parte de la base del monumento encaminándose al Estero Domingo Rubio, en orientación suroeste (Imagen 4.8.).



Imagen 4.8. Palmera y Monumento a Colón en La Rábida.
Edición de Fototipia Thomas (1912). / Col. Autor.

Al igual que respecto a los anteriores, ningún editor de relieve de postales de Huelva renunció a este motivo para sus ediciones. Hay, sin embargo, dos importantes excepciones, Hauser y Menet y Purger & Co.

En relación a Hauser y Menet sorprende que en su elección de cuatro vistas para la serie general no considerase ni este ni el propio monasterio de La Rábida. Purger si contempla una vista panorámica que incluye a las dos referencias y al muelle de la Reina, pero no como postal específica, por tanto.

En la comparativa nivel de edición / nivel de circulación comprobamos que tienen una importancia relativa similar (5,45% y 5,48%, respectivamente).

Plaza de las Monjas.

Durante muchos años, una vez que el centro de la población se desplazó hacia la zona portuaria desde el antiguo barrio alto de San Pedro, la Plaza de las Monjas se constituyó en centro de reunión para la ciudadanía onubense. Toros, comedias y espectáculos de moros y cristianos ocuparon este espacio que se amplió ocupando el que antes se destinaba a las caballerizas del palacio de los Duques de Medina-Sidonia, señores de villa.

Este céntrico enclave ha tenido diversos nombres a lo largo de su dilatada historia. Los primeros conocidos fueron los de plaza de Abajo y plaza Nueva (S.XV y S.XVI)¹⁶⁹. A comienzos del S.XVII es conocida como plaza de San Juan, en honor a una talla del santo situada en una hornacina que se encontraba en la puerta del convento agustino. Los variados escenarios políticos condujeron a que, a partir de 1812, fueran sucediéndose los nombres hasta quedar como Plaza de las Monjas.

En el periodo de nuestro estudio, fue plaza de las Monjas hasta el 14 de abril de 1931, en el que la 2ª República la vuelve a denominar plaza de la Constitución. Esta denominación se mantuvo hasta 1936, cuando los nacionales la rebautizaron Plaza de José Antonio.



Imagen 4.9. Plaza de las Monjas. Tarjeta postal editada por Rogelio Buendía en 1904. / Col. Autor.

Las primeras imágenes que tenemos de esta plaza, precisamente divulgadas a través de las tarjetas postales de los editores pioneros en Huelva (Papelería Inglesa, Rogelio Buendía y Amador del Pino), resultan de un proyecto realizado por el arquitecto Trinidad Soriano¹⁷⁰ en 1891 (imagen 4.9.).

En 1904 se produce un repavimentado dirigido por el arquitecto Francisco Monis y poco después, en 1906, este acomete una remodelación profunda de la plaza, que culmina en 1907, definiendo una estructura que se ha mantenido hasta hace pocas fechas (imagen 4.10.).

Se editaron cincuenta y tres tarjetas postales en el periodo de nuestro estudio. La base está constituida por treinta y seis fotografías lo que indica escasa repetición de imágenes.

La mayoría de estas tomadas de este a oeste, algunas de sur a norte y otras de oeste a este. No hemos identificado ninguna vista de norte a sur. El nivel de circulación de TPA con este símbolo de la ciudad tiene menor peso relativo que el correspondiente a su importancia relativa sobre el número de TP editadas (3,95% por 4,44%).



Imagen 4.10. Plaza de las Monjas. Tarjeta postal editada por Rafael Mojarro en 1924. / Col.Autor

Calle Concepción.

En 1891 ya se consideraba al comienzo de esta calle, la zona frontal del templo que lleva su nombre, el punto más céntrico de la capital¹⁷¹ (Imagen 4.11.). La calle Concepción es, además y probablemente, la única que no ha cambiado de denominación a lo largo de los siglos a partir de, al menos, junio de 1579, cuando se formalizó un contrato ante notario para edificar en la misma¹⁷². En dicho contrato se especificaba el nombre de *calle Concepción*.



Imagen 4.11. Confluencia calles Concepción y Sagasta. TPA editada por Papelería Mora en 1911./ Col. Autor.

Solo tuvo un nombre previo, durante pocos años, el de calle Donantes, en homenaje a una poderosa familia local con ese apellido, que había cedido el terreno para la edificación de la Iglesia de la Concepción.

La decisión al respecto de su denominación definitiva fue del cabildo de la villa, el seis de enero de 1550. A partir de 1579, singularmente, como indicamos, ha

coincidió siempre su nombre popular y su nombre oficial. De longitud relativamente reducida, ha constituido la arteria más comercial de la ciudad desde la segunda mitad del siglo XIX.

De este elemento simbólico de la ciudad se editaron en el periodo de estudio 46 originales de TPA. Estas fueron realizadas a partir de 26 vistas, lo que nos indica cierto grado de repetición de las imágenes. Más de la mitad de las TPA tienen vistas de esta calle tomadas desde el cruce con la antigua calle Sagasta hacia el sur.



Imagen 4.12. Calle Concepción. TPA editada por Papelería Inglesa en 1917./ Col. Autor.

El resto se reparten en vistas tomadas desde el centro de la calle hacia la calle Sagasta y desde la calle Palacio hacia el interior de la calle (apreciándose en primer término el cruce con la calle Ricos). En fotografías se mantiene el peso relativo de la toma de vistas principal pero aumenta el de las tomadas del centro hacia la calle Sagasta (imagen 4.12.) respecto a las de desde la calle Palacio al interior de la calle Concepción.

Capítulo 4 **La imagen trasladada de Huelva**

Reproducimos la leyenda que figuraba en el reverso de la edición estereoscópica de esta calle, en la serie *el turismo práctico*, de Alberto Martín (1910-1915):

Ocupa un lugar muy céntrico de la urbe y está muy concurrida a todas horas. En ella hay establecidos lujosos comercios que avaloran la edificación poco elevada y desprovista de mérito artístico.

Como hemos indicado antes, y se refleja en el gráfico 4.6., la calle Concepción es en términos relativos de los símbolos cuyas tarjetas postales han sido más circuladas. Supone un 5,48% de la circulación del conjunto de nuestra muestra respecto al 3,86% de su peso en relación al número de TP editadas.

Panorámica Huelva.



Imagen 4.13. Panorámica parcial de Huelva, en TPA editada por Lucien Roisín en 1928./ Col. Autor.

Fueron cuarenta y tres las TPA ilustradas en el periodo con vistas panorámicas globales o parciales de la capital onubense. Estas fueron realizadas por quince editores, a partir de veintiséis fotografías. Hemos encontrado vistas tomadas fundamentalmente desde los cabezos, algunas parciales orientadas a perspectivas de la ría, otras más enfocadas al propio entramado urbano.

La primera panorámica de la ciudad en TPA, ya comentada, fue la de la nº 1 de la primera serie de la Vda. de Muñoz e hijos (1901), una fotografía de 1890 de Baldomero Santamaría. También es destacable la de Purger, *Panorama desde los Cerros de San Pedro*. Tanto estas como una tercera editada por Papelería Mora en 1909 son del tipo doble, apropiadas para TPA con este contenido.

Mostraron especial interés por este tipo de TPA Amador del Pino, Papelería Inglesa y Lucien Roisín (imagen 4.13.). Del Pino ya contó en su serie impresa por Hauser y Menet con una interesante TPA que mostraba una vista de la zona más marinera de la ciudad, pero en su edición de 1903 difunde tres vistas distintas y complementarias bajo el título panorama de Huelva (Imagen 4.14.)



Imagen 4.14. Panorámica parcial de Huelva, en TPA editada por Amador del Pino, en 1903./ Col. Autor.

Este tipo de postales presentan un nivel de circulación relativamente reducido respecto al número de TPA editadas. Esta afirmación se traduce en un porcentaje de circulación sobre el global muestral de un 3,07% frente a un peso de la edición respecto al conjunto del inventario de un 3,60%.

Minas.

En este grupo simbólico hemos incluido todas las ilustraciones que aparecen en TPA de Huelva protagonizadas por instalaciones mineras, excepción de las de minas de Río Tinto, que por su importancia destacada las consideramos aparte.

El impacto en la realidad social y económica de esta actividad en el último tercio del XIX y primero del XX debería plasmarse también en la edición de tarjetas postales, y así fue. Cuando hablamos de los editores resaltamos la TPA de Rocafull, con la mina de Peña del Hierro, que fue la primera puesta en circulación con este tema (excluida la de Río Tinto de Hauser y Menet), en 1901.



Imagen 4.15. Tarjeta Postal sobre minas editada por Papelería Inglesa en 1907.

Sin embargo aunque, como veremos, se editaron un buen número de TPA de este tipo, solo Papelería Inglesa, como editor “profesional”, las consideró en sus series. Rogelio Buendía también contempló tres TPA de minas, pero únicamente de Río Tinto. A parte de la postal referida de Rocafull tenemos inventariadas seis series en las que aparecen imágenes de minas. De estas, tres lo son solo de minas y las otras generales con algunas TPA de la temática. De las generales, la más antigua es la que hemos denominado *gótica* (1902), de Papelería Inglesa. Recordamos que consta de veinticinco originales, de los que cuatro corresponden a minas: Cable aéreo de Minas Tinto y Santa Rosa, la Zarza, El Perrunal, y el embarcadero de mineral de San Juan del Puerto.

Más tarde, en 1907, Papelería Inglesa, en su serie de *letra pequeña roja times*, también de 25 originales, edita una TPA titulada *Corta de la Mina de Herrerías*, con una espectacular fotografía panorámica de la misma (imagen 4.15.). Esta misma imagen volvería a ser utilizada en las dos series barnizadas, de 1909, del establecimiento onubense.

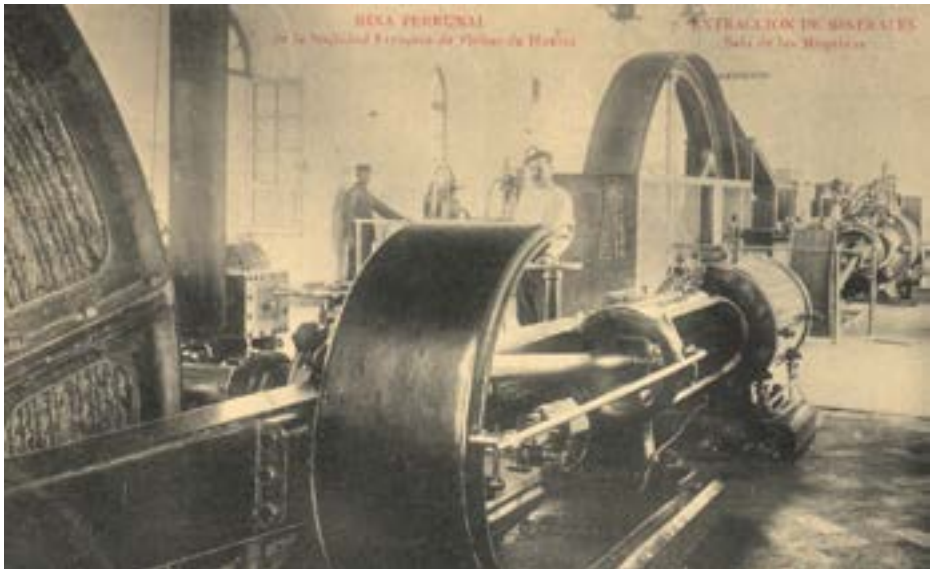


Imagen 4.16. Tarjeta Postal editada por la Sociedad Francesa de Piratas de Huelva

Capítulo 4 **La imagen trasladada de Huelva**

Una extraordinaria serie, específica, sobre minas fue la realizada por Imprenta Muñoz-Papelería Inglesa como encargo de la Sociedad Francesa de Piritas de Huelva. Constó de doce TPA de minas explotadas por esta compañía (Herreritos, Lomero y Perrunal). La serie mostró distintas vertientes e instalaciones de la producción minera (imagen 4.16.).



Imagen 4.17. Tarjeta Postal editada por la Compañía de Minas de Tharsis. Circa 1911. / Col. Autor.

Las dos últimas series con TPA de esta temática también fueron específicas, y también editadas por las propias compañías mineras. La primera, que fechamos alrededor de 1911, está editada por la británica Compañía de Minas de Tharsis, y comprende diez TPA con imágenes de sus instalaciones en las propias minas de Tharsis, en las de la Zarza, y las logísticas de Corrales (Imagen 4.17.).

Esta serie fue impresa por Hauser y Menet. Por último, alrededor de 1920, la compañía, también británica, The Huelva Copper and Sulfur Mines, editó una serie con doce imágenes de las minas de Cueva de la Mora. De estas nos falta una por identificar.

En total tenemos inventariadas 37 tarjetas postales de minas, a partir de 35 vistas fotográficas. El grado de repetición por tanto es nulo, prácticamente. Otro dato a tener en cuenta es que estas ediciones lo fueron en la primera parte de nuestro periodo, como mucho hasta 1920. De las TPA de estos veinticinco principales símbolos, las de las minas son las que menos circulación tuvieron. Solo un 1,97 % sobre el total de TPA circuladas de nuestra muestra. Una razón de este bajo nivel podemos encontrarla en la propia naturaleza de los editores de este tipo de tarjetas postales. Siendo gran parte de ellos compañías mineras la distribución debió resultar menos fluida que si hubiesen sido editores convencionales tipo papelerías. Quizá también tuviesen unas tiradas menores que las series generales.

Barcos Ría.

Hemos contemplado en este apartado a las imágenes de las TPA que no vienen tituladas o referidas expresamente a un muelle concreto del puerto onubense. También hemos excluido de este a aquellas vistas que sean planos muy definidos en relación a algún muelle específico. Por tanto, aquí se encuentran las vistas de barcos fondeados y las panorámicas de la ría, ya sean completas o parciales (Imagen 4.18.).

Hasta catorce editores seleccionaron este motivo para algunas de sus postales. Y el mismo sirvió para formar parte de series a lo largo de todo el periodo de análisis (1897-1940). Fueron 36 originales de TPA, a partir de 19 vistas, lo que

determina un nivel de repetición de fotografías relativo muy elevado. De los diez primeros símbolos por ediciones, este es el que tiene mayor nivel de repetición de vistas.

Respecto al grado de circulación, su peso en el conjunto (3,73%) está por encima del porcentaje de este tipo de TPA sobre el total de editadas (3,02%). Hay algunas tarjetas postales muy características dentro de este grupo.



Imagen 4.18. TP editada a partir de una vista tomada desde el HMS "Coventry". 1923. / Col. Autor.

Por ejemplo, una imagen muy divulgada, y muy utilizada en publicaciones corresponde a una vista que utilizó en varias series Carlos Rudé (C.R.S.). Muestra a un gran velero de tres palos, fondeado en la zona de Bacuta (margen de la ría contrario al que baña a la capital) aproado hacia la urbe, que se visualiza de forma panorámica. C.R.S. la usó en cuatro ediciones diferentes, entre 1910 y 1913.

De otros barcos fondeados también resultan singulares las de barcos de guerra. Hay una de Photoglob, usada en tres ediciones (1901, 1903 y 1906), titulada precisamente "Huelva. Un buque de guerra" (imagen 4.19.).

En esta TPA no hay más datos identificativos. Sin embargo, hemos podido descubrir el nombre del buque, a partir de diversas fuentes¹⁷³ y comparando varias fotografías. Se trata del cañonero de 2ª clase *Ponce de León*, que visitó Huelva con motivo de las Fiestas Colombinas de 1904¹⁷⁴, pero que debió arribar a este puerto en alguna ocasión anterior a 1902 porque la primera serie de P.Z. tiene estimada fecha de edición de 1901.



Imagen 4.19. Tarjeta Postal editada por Photoglob Zurich (serie de 1903).

Este buque, construido en Inglaterra en 1895, participó activamente en la guerra hispano-norteamericana de 1898, destacándose en la defensa del buque de pasajeros “Antonio López” y del destructor “Terror”. Formaba parte de las fuerzas españolas en Puerto Rico.

Paradojas del destino, la Armada Española perdió, en tiempos de paz, al cañonero “Ponce de León” en una colisión con un pesquero frente a Bonanza, en la desembocadura del Guadalquivir, el 15 de octubre de 1915.

De análoga naturaleza, la Junta de Obras del Puerto editó, en 1917, una tarjeta postal con una vista del Acorazado “Pelayo” fondeado en la ría onubense. El buque, insignia de la Armada, visitó Huelva en agosto de dicho año, también con motivo de las Fiestas Colombinas.

Muelle Norte.

El Muelle Norte fue inaugurado en 1908¹⁷⁵, y supuso un avance notable en la capacidad de tráfico del puerto de Huelva. Construido de hierro y piso de madera, servía de final de trayecto del cargamento, de mineral fundamentalmente, procedente de la línea férrea Zafra a Huelva. Además, se situaba en la boca de un nuevo depósito de minerales, de gran extensión, que sería finalizado en 1912.

Esta nueva instalación, no así el muelle Sur, era compatible con el futuro muelle de fábrica que culminaría los proyectos de la Junta de Obras del Puerto en los comienzos del siglo XX. Estuvo operativo hasta 1978.



Imagen 4.20. Muelle Norte. Tarjeta Postal editada por Papelería Mora y Cía., en 1911.

De este símbolo se editaron un número importante de TPA, tanto con vistas generales como con fotografías de detalles (imagen 4.20.).

Concretamente, 35 TPA a partir de 20 vistas. Bastante repetición de fotografías, como vemos, y algunas usadas por varios editores, como la que ilustra estas líneas (Papelería Mora y Rafael Mojarro). Respecto al nivel de circulación de TPA con este símbolo, el peso relativo en este sentido esta algo por encima de la importancia del mismo en el conjunto de las ediciones (3,07% y 2,93%, respectivamente).

Muelle Sur.

El Muelle Sur (imagen 4.21.), también llamado *Muelle de Hierro* (por ser el primero construido de este material por la Junta del Puerto), fue proyectado y comenzado a edificar en 1881, culminándose en 1888¹⁷⁶. Estaba recorrido por una vía férrea que permitía el transporte de mercancías.



Imagen 4.21. Muelle Sur. Tarjeta Postal editada por Amador del Pino./ Col. Autor.

La iniciativa suponía un desarrollo muy significativo respecto a las instalaciones previas dado que estas no permitían el embarque/descarga de mercancías con buques de cierto porte. Sin embargo, en poco tiempo se comprobó que la capacidad de este muelle era insuficiente para el enorme crecimiento del tráfico, debido a la actividad minera esencialmente. Dejó de operar en 1912 y fue demolido en 1935.

Del Muelle Sur se editaron 28 tarjetas postales ilustradas, a partir de 16 fotografías. La mayor parte de las vistas están tomadas de la base hacia el interior, y siempre con buques operando. Las TPA que contienen a este símbolo fueron editadas desde 1901 hasta 1924, mucho después de su baja en actividad.

Las imágenes utilizadas en las últimas ediciones (1917, 1923 y 1924) son, por tanto, muy anteriores en el tiempo, dado que muestran al muelle con operaciones de tráfico. En cierta mayor medida que en el caso anterior, el nivel relativo de circulación se muestra superior a la importancia en cuanto ediciones de TPA con este símbolo (2,85% y 2,35%, respectivamente).

Estación de Sevilla.

La inauguración de la línea Sevilla-Huelva y, consiguientemente, la de la estación término de Huelva¹⁷⁷ constituyó uno de los principales acontecimientos en la capital onubense de las últimas décadas del siglo XIX.

Tuvo lugar el 15 de marzo de 1880, y culminaba un largo proceso iniciado cuando la Diputación Provincial declaraba de utilidad pública, el 6 de enero de 1867, un proyecto que tuvo su origen en la iniciativa del diputado Constantino Ardanaz, de un nuevo Plan de ferrocarriles para España, allá por 1864 que es, por tanto, cuando por primera vez se habla de la línea férrea Sevilla-Huelva.

El impulsor de la línea fue el polifacético empresario alemán, afincado en Huelva, Guillermo Sundheim¹⁷⁸. Por deseo personal de este y de acuerdo con la compañía de ferrocarriles de Madrid a Zaragoza y Alicante (M.Z.A.), las estaciones de la línea fueron diseñadas en un estilo neomudejar, de moda en aquella época (Imagen 4.22.).



Imagen 4.22. Estación de la MZA. TP 1931./ Col. Autor.

El responsable del diseño y la ejecución de estas estaciones, incluida la de Huelva, fue el ingeniero Jaime Font y Escolá¹⁷⁹, al que en el contrato de construcción firmado con la compañía se le impone una cláusula que dice: *la disposición y adornos de los edificios no será de menor importancia que los adoptados para otras líneas de la compañía, y además no deben emplearse enlucidos de revoques sino materiales al descubierto, en las fachadas exteriores de los edificios de todas clases, salvo en las estaciones de cuarta y quinta clase, y casillas de guarda.*

El edificio más notable era la estación de Huelva que se denominó entre los vecinos *Estación de Sevilla* una vez construida su homónima de la línea de Zafra a Huelva (1886), para distinguirlas. Coexistió también en sus inicios con la del Ferrocarril de Río Tinto (1876). Jaime Font falleció cinco meses más tarde de su inauguración, el citado 15 de marzo de 1880.



Imagen 4.23. Estación de M.Z.A., editada por Hauser y Mener en 1901. Ejemplar circulado entre Huelva y la ciudad alemana de Mansfeld / Archivo Municipal de Huelva.

De este símbolo se editaron 30 originales de tarjetas postales, a partir de 13 vistas. Muy repetidas las imágenes por tanto, hasta el punto de ser, tras la fuente de La Rábida, el símbolo con menor número de vistas en relación al de TPA editadas.

Sin embargo, el nivel de circulación de TPA con este símbolo como protagonista es el más alto en términos relativos, en comparación con el peso del mismo en cuanto a número de TPA editadas (5,26% y 2,51%, respectivamente).

La mayor parte de las series en las que aparece la Estación de Sevilla son editadas en los primeros años de nuestro periodo de enfoque. La primera fue la editada por Hauser y Menet, que usó esta vista en seis series, editadas en 1900, 1901 (imagen 4.23.), 1902 y 1903. Llama la atención también el que diversos editores locales no contemplaron a la estación ferroviaria en sus ediciones. Es el

caso de Rafael Mojarro, Justo Toscano y Nicolás Pomar. El contraste con estos se encuentra en Papelería Mora y Cía. que la consideró en todas sus ediciones, entre 1904 y 1913 (dos vistas usadas en cinco series).

Paseo del Muelle.



Imagen 4.24. Paseo del Muelle. TPA editada por Viuda de Muñoz e hijos en 1901. Ejemplar circulado de Huelva a Hettstedt (Alemania), el 18 de enero de 1902. / Archivo Histórico Municipal de Huelva.

Con este título, y también con el de *Paseo de las Palmeras*, hemos considerado el ámbito simbólico correspondiente a las vistas de dos zonas de recreo portuaria: el paseo que conectaba el final de la calle Marina (antigua Calzada) con los embarcaderos (el de pasajeros, las proximidades del muelle Sur, y posteriormente el muelle de fábrica o de Levante); y la avenida perpendicular a esta que lindaba con dichos embarcaderos.

La primera TPA editada con este símbolo es muy temprana, de 1901, y forma parte de la serie de Viuda de Muñoz e hijos, impresa por Dr. Trenklen & Cía. (imagen 4.24.). Nos muestra una vista de la avenida que desemboca en el muelle de viajeros.

En conjunto, del Paseo del Muelle fueron editados 28 originales de TPA, a partir de 15 vistas fotográficas. Un nivel de repetición relativamente elevado que casi duplica el número de TPA editadas respecto a las imágenes.

En cuanto a circulación el grado de este tipo de TPA es muy reducido, de los menores de esta serie de veinticinco símbolos principales. Tan solo un 1,75% sobre el total de circuladas inventariadas, frente a un 2,35% sobre el total de editadas del inventario general.

Casa Colón.

Este complejo de cuatro edificios y jardines ha constituido el símbolo social más relevante de la presencia inglesa en la capital de Huelva. Aunque fue promovido por el alemán Wilhelm Sundheim, a los pocos años de su inauguración (1883) pasó a constituirse como la principal residencia de directivos de la Río Tinto Company.

Sundheim había conseguido agrupar, tras la compra de Minas de Río Tinto y la puesta en funcionamiento de sus instalaciones en la ciudad, a una serie de socios, incluida la compañía minera, que vieron una oportunidad de negocio en la iniciativa.

Las expectativas iniciales no se verificaron y la Casa Colón terminó teniendo el uso indicado en propiedad de la compañía británica, que la mantuvo vinculada a la explotación minera hasta su nacionalización, en la década de los cincuenta del siglo XX. Posteriormente, ya con la compañía española, continuó con tal desempeño.

Protagonizadas por este símbolo fueron editados 26 originales de TPA. Utilizaron para ello tan solo 14 vistas. Predominan las de la fachada del edificio principal y, en segundo término, el hoy desaparecido pabellón norte, donde se celebraron los banquetes conmemorativos del IV Centenario del Descubrimiento de América.

La Casa Colón, a efectos de TPA, fue considerada por la mayoría de los editores importantes. Aparece también en algunas series de editores no identificados (imagen 4.25.). Llama la atención, no obstante, que no contase para los foráneos Hauser y Menet, y Photoglob; ni para los locales Justo Toscano y Papelería Diario de Huelva.



Imagen 4.25. Casa Colón. TPA de editor desconocido (1907)./ Col. Autor

En cuanto al nivel de circulación de TPA con este motivo simbólico está ligeramente por encima del peso que el mismo tiene en el inventario general de las ediciones de TPA de Huelva (2,41% y 2,18%, respectivamente).

Calle Sagasta.

La hoy calle Plus Ultra ha constituido, desde siglos, una arteria neurálgica dentro de la ciudad. Era y es transversal de la calle Concepción y suponía la conexión de esta con la Calzada, que desembocaba primero en el Arco de la Estrella (una entrada de la villa-S.XVIII) y en el muelle del Puerto más avanzado el tiempo (S.XIX).

Esta calle tuvo varios nombres a lo largo de su historia, como la mayoría del casco onubense. En el periodo de nuestro análisis la calle Sagasta comprendía a la antigua calle Placeta y una parte de la citada Calzada, luego calle Marina. Concretamente, entre la confluencia con la calle Concepción y la denominada oficialmente Almirante Hernández Pinzón (Marina), que comenzaba a la altura de la Calle Carmen. Solo cambió de denominación en la última etapa, 1936-1940 que, como consecuencia del resultado de la confrontación civil, pasó a llamarse General Mola¹⁸⁰.



Imagen 4.26. Calle Sagasta. TPA editada por Manuel Arias Cabrera en 1931./ Col. Autor

Por tanto, en nuestro periodo, la calle Sagasta comprendía a las actuales Plus Ultra y Jesús Nazareno. Y tan céntrica estaba situada que a principios del siglo XX tenía importantes establecimientos hoteleros, como el Gran Hotel Internacional, el más notorio de la urbe, y del que hemos reproducido una TPA en el capítulo anterior. En el siglo XIX, antes de que la provincia se impregnase del desarrollo ferroviario, las paradas-término de las diligencias que comunicaban la capital onubense con Sevilla se encontraban en la calle a la que nos referimos.

Hemos identificado 26 tarjetas postales antiguas de la Calle Sagasta. Desde la primera, de Amador del Pino en su edición de 1903, hasta la última, ya como General Mola, de Vda. de Manuel Arias, en 1940, la relación comprende numerosos editores, pero comprobamos que, excepto Roisin, los foráneos no utilizaron en ningún caso este símbolo en sus series. Hay una de ellas que nos resulta especialmente interesante, por su calidad y lo animado de su contenido. Es una vista desde el cruce con la calle Bocas (imagen 4.26.), que aparece en una TPA de la serie de 1931 de Manuel Arias Cabrera. Estas TPA se realizaron a partir de catorce originales fotográficos, la mayoría de los cuales correspondientes al tramo, más sur, de la actual calle Jesús Nazareno. El nivel de circulación de postales con este símbolo es menor, en términos relativos, al peso del mismo en el conjunto de las TPA editadas en el periodo de estudio.

Muelle de Pasajeros.

Este romántico muelle comenzó a operar en 1885¹⁸¹, sustituyendo al antiguo muelle del Estado. El muelle de viajeros, aunque se situaba más o menos a la altura que su predecesor, se adentraba más que este en la ría, coincidiendo con el avance de la ciudad hacia ella a través de la ganancia de terrenos para la línea de Zafra-Huelva y la zona de la pescadería.

La actividad del mismo, que solo permitía el atraque de pequeñas embarcaciones que, a su vez, podían reembarcar pasajeros y cargamento ligero en buques de mayor porte, se mantuvo hasta 1915. Entonces se desmanteló y la artística pérgola pasó a ubicarse en la Glorieta situada en la base del Muelle Norte.

Capítulo 4 **La imagen trasladada de Huelva**

Una imagen de este símbolo de la ciudad sería la segunda en circular a través de las TPA con vistas de Huelva. Corresponde a la que comentamos anteriormente editada por la malagueña Garret & Cía. con una de las cuatro fotografías de Hauser y Menet (la correspondiente al muelle de viajeros) utilizadas en su serie general. La hemos reproducido en el capítulo anterior. La fecha de circulación de un ejemplar localizado en la colección de Domingo Moreno, fue el 15 de agosto de 1898.

La siguiente vista que aparece en TPA, en orden cronológico, es una usada por Photoglob Zurich, editada en 1901 (imagen 4.27.), que nos muestra una panorámica en la que se ven un número importante de veleros fondeados, y un gran vapor también fondeado en la margen opuesta de la ría.

El editor titula la TPA “Puente de los Pasajeros”, aludiendo probablemente a la larga estructura que unía el muelle con la orilla. El ejemplar que reproducimos contiene un amplio texto en la que se califica a la capital onubense como *alegre, rica y simpática*.



Imagen 4.27. Muelle de los Pasajeros. TPA editada por P.Z. en 1901.

Fueron 26 las TPA editadas con este símbolo. Y como se realizaron a partir de tan solo 12 vistas fotográficas estas son de las más repetidas del inventario. De estas, la mayoría están tomadas desde el suroeste geográfico. Solo tres tienen otros ángulos (oeste y noreste, como la de la imagen).

Respecto a la circulación, las tarjetas con esta simbología tuvieron un elevado nivel respecto a su importancia relativa en el conjunto de las editadas. Suponen el 3,95% de las circuladas, frente al 2,18% de peso relativo en el total de las editadas.

Paseo de Santa Fe.

Este paseo, situado entre las calles Daoiz y Puerto, ocupa el espacio resultante del desmonte del antiguo cabezo del Molino de Viento. Dicho desmonte se verificó durante varios lustros a partir de finales de la década de los sesenta del siglo XIX. Fue llevado a cabo para vertebrar zonas de la ciudad y proveer de materiales destinados a consolidar las zonas de marismas a ocupar por las compañías de ferrocarril de M.Z.A. (línea Sevilla-Huelva); y de Zafra a Huelva.

El paseo fue rotulado por primera vez el 15 de septiembre de 1893¹⁸², y mantuvo el nombre de la villa granadina hasta 1918, cuando el ayuntamiento decide cambiarlo¹⁸³ por *avenida de los Aliados*, en homenaje a los victoriosos de la Gran Guerra Europea.

Hasta 1922 mantiene este nombre, periodo que coincide con que ninguna edición de TPA de esos años la contempla en sus series. En 1922 cambia a Paseo de Eduardo Dato, que si aparece titulado varias ediciones que consideraron a ese símbolo entre sus seleccionados. Curiosamente, sin embargo, en el periodo 1922-1934, en el que se denomina paseo de Eduardo Dato, como hemos indicado, hay dos editores que titulan en sus postales con el nombre tradicional, Nicolás Pomar (1930) y Manuel Arias Cabrera (1932).



Imagen 4.28. Paseo de Santa Fe. TPA editada por Fototipia Thomas, en 1912./ Col. Autor

Aunque fueron diversos los editores que prestaron atención al Paseo de Santa Fe, solo dos de ellos fueron foráneos, Roisín y Thomas (imagen 4.27.). Se realizaron 22 TPA con este símbolo. Para realizarlas los editores dispusieron de doce originales fotográficos. El nivel de circulación relativo de estas tarjetas postales está algo por debajo del peso que las mismas tienen en el inventario de las ediciones (2,19% y 1,84%).

Plaza de Toros.

La tradición taurina de Huelva es un hecho que se pierde en los tiempos. A lo largo de los siglos, distintos emplazamientos sirvieron para la realización de los festejos, plazas públicas y estructuras de madera, pero al final del S.XIX, con un auge vinculado a los éxitos del primer diestro de la dinastía de los Litri, se proyecta la actual plaza que sería inaugurada el cinco de septiembre de 1902.

La autoría del proyecto correspondió al arquitecto Trinidad Gallego, que diseñó una plaza con cabida para 7.800 espectadores, inspirada en la Plaza de Toros de Madrid¹⁸⁴. Precisamente Gallego había sido socio de la entidad propietaria de la anterior plaza permanente onubense, de madera, situada al final de la calle Gravina¹⁸⁵.



Imagen 4.29. Plaza de Toros de Huelva. TPA editada por Amador del Pino en 1903./ Col. Autor

La fotografía de la primera TPA que se edita sobre la plaza de Toros es probable que fuese tomada en 1903, menos de un año después de su inauguración. Formaba parte de la segunda serie de Amador del Pino (imagen 4.29.), y por ello tuvo dos ediciones, una monocromática y otra coloreada.

Fueron editadas con este símbolo 23 TPA, a partir de 11 originales fotográficos. La mayoría fueron vistas de la fachada principal del coso taurino, pero hay dos singulares, con otro contenido. La primera corresponde a un paseíllo de un festejo que tuvo lugar en la plaza. Concretamente al formado por la terna

Gallito, Belmonte y Fortuna, en la temporada de 1917. El segundo, más curioso quizá, representa una especie de anuncio de corrida, destacándose el diestro que, precisamente, iba a tomar la alternativa en tal festejo, Antonio Carmona. La TPA anunciaba los detalles de la corrida y adjuntaba, además de una fotografía del torero destacado, una biografía del mismo.

Las tarjetas postales correspondientes a la Plaza de Toros fueron muy escasamente circuladas. El peso relativo en el conjunto de las editadas fue de un 1,93% y en el inventario de las circuladas no llega al 1% (0,88%).

Pescadería.

Huelva y la pesca son dos términos unidos desde muy atrás. Esta percepción tiene referencias históricas, como la expresión en su informe de un enviado arzobispal que visitó la localidad en 1707: “... y principalmente se mantiene este pueblo de la pesquería, ocupándose en este ejercicio la maior parte por ser puerto de mar a propósito y abastecerse la ciudad de Sevilla y lo principal deste Arzobispado del pescado que se coge en esta villa, siendo lo que más llena la pesquería de la sardina...”¹⁸⁶ El crecimiento de la ciudad, a consecuencia el desarrollo propiciado por la actividad minera en la provincia, reforzó a finales del S.XIX su rol de aprovisionador de pesca del entorno y de su propia población.

El avance de la urbe, superando el límite establecido por el antiguo baluarte, y favorecido por el relleno de marisma con los desmontes de cabezos, creó un espacio con tinglados de pesca a partir de 1893¹⁸⁷.

Estas instalaciones se encontraban en torno al edificio de *Pescadería*, situado en el borde del dique de la Cabilla (imagen 4.29.), canal que entraba en dirección perpendicular a la ría, hacia el interior, con un pequeño muelle para el atraque y desembarco de la pesca. Contaba también con rampas para varadas.

El Dique fue terraplenado en 1913 y el embarcadero de la Pescadería fue sustituido por otro más sólido y abierto a la ría, denominado muelle de Mareas o de



Imagen 4.30. El Dique y la Pescadería. Tarjeta Postal editada por Papelería Inglesa en 1908. / Col. Autor

Larache, porque también desde él se exportaba el vino de la provincia de Huelva a Larache (Marruecos).

Solo dos editores foráneos consideraron este símbolo en sus series, Purger & Co. (imagen 4.31.) y Fototipia Thomas. El resto fueron locales: Amador y Juan del Pino, Amador del Pino, Papelería Inglesa, Papelería Mora y Rogelio Buendía. La primera TPA con este contenido fue editada en 1901 (Amador y Juan del Pino), y la última en 1917 (Papelería Inglesa). En total se editaron 22 originales en el periodo de nuestro estudio, realizados a partir de 17 fotografías. Siendo el número de originales relativamente reducido, el nivel relativo de circulación es muy alto, el segundo más alto tras la Estación de Sevilla. El porcentaje de originales editados respecto al inventario general es de un 1,84% y, sin embargo, la importancia relativa en términos de circulación asciende a un 3,51%.



Imagen 4.31. La Pescadería. TPA editada por Purger & Co. en 1903 / ejemplar de ADPH

Punta Umbría.

A Wilhelm Sundheim se le atribuye el *descubrimiento* de las Playas de Punta Umbría para uso lúdico y después turístico. Según Leonard Salkield, directivo de la Rio Tinto Company¹⁸⁸, *alrededor de 1880, la Compañía fue avisada por Herr Sundheim, de la firma Sundheim y Doetsch, de la existencia de la playa de Punta Umbría cerca de un pequeño pueblo de pescadores y que sería un excelente sanatorio para el staff de las minas.*



Imagen 4.32. Chabola del antiguo pueblo de Punta Umbría. TPA editada en 1903./ ejemplar de ADPH

El pueblo de pescadores (imagen 4.32.) se encontraba enfrente de la isla de Saltés, en la orilla de una ría donde tenían abrigo sus embarcaciones. La playa se encontraba en el lado contrario, al borde del Atlántico, de una lengua de arena que se adentraba en el mar, en dirección norte-sur.

Antes de comunicárselo a sus socios británicos, Sundheim ya había levantado allí un bungalow, situado en el lugar en el que estuvo posteriormente el bungalow nº5 de las primeras doce edificaciones que los ingleses construyeron en la playa siguiendo las recomendaciones del industrial alemán.

Según González Vilches (1981), lo más probable es que este bungalow nº5 fuese el de Sundheim reutilizado. Algunos españoles fueron gradualmente imitando a los ingleses y usando para disfrute estival la maravillosa playa de arenas finas y blancas.

La única TPA editada en el umbral del S.XX con Punta Umbría de protagonista es la que hemos publicado en la página anterior, de Amador del Pino (1903). Tras esta, hubo que esperar hasta 1917 (imagen 4.33.) para que, al hilo de la paulatina popularización del enclave, se comenzasen a editar TPA relativas a él.



**Imagen 4.33. Casetas de baños en Punta Umbría.
TPA editada en 1918./ Col. Autor**

En nuestro inventario tenemos identificadas 22 originales de TPA, realizadas a partir de 16 vistas fotográficas. Su peso relativo en el conjunto de las TPA editadas (1,84% del inventario) está por encima de su nivel relativo de circulación (1,32% del conjunto de TPA circuladas inventariadas).

Curiosamente, la mayoría de las vistas corresponden al entorno de la ría, siendo solo una la que muestra una imagen específica de la playa, de 1918, realizada por un editor no identificado, aunque creemos que impresa por Papelería Inglesa. Esta imagen muestra a unos bañistas en la orilla con unas pequeñas casetas de baño a sus espaldas.

Resulta llamativo también el hecho de que no haya ninguna TPA en la que aparezca algún bungalow de la compañía británica, verdadero símbolo de la playa en sus orígenes y en el periodo objeto de nuestro estudio.



Imagen 4.34. Fuente de la Rábida. TPA editada por Photoglob Zurich en 1901./ Col Autor

Fuente de La Rábida.

Hay una imagen panorámica del Convento de la Rábida, clásica en la historiografía onubense, realizada por Francisco Cerezo en 1892, en la que se aprecia en primer plano lo que parecen unas ruinas de una pequeña edificación, con la llamada *Palmera de Colón* a la izquierda. En ese mismo lugar se emplazaba, años más tarde, probablemente por tanto como consecuencia de una reutilización posterior de una instalación antigua, una alberca alimentada por un pozo (aparece una pequeña noria que induce a pensar que servía para sacar agua de un manantial).

Nosotros la hemos denominado Fuente de La Rábida, y figura como protagonista en dieciocho ediciones de tarjetas postales durante el periodo de nuestro estudio. Ya en 1901 se editan vistas de este lugar, una por parte de Amador y Juan del Pino, y otra por parte de Photoglob Zurich (imagen 4.34.).

De todos los símbolos identificados este es el que experimentó mayor repetición de imágenes, al ser solo cuatro vistas las utilizadas en las referidas dieciocho ediciones.

La instantánea, realizada por Diego Calle en o antes de 1908, es también la que más perdura en el tiempo del periodo de nuestro análisis, desde su primera edición en 1908 hasta una última, de Rafael Mojarro, en 1924. El ángulo de la fotografía, sur-norte, con el monasterio en lo alto y el jardín de los monjes en primer plano, es el mismo en las cuatro vistas. Solo cambian los personajes y el tamaño de la vegetación. El peso relativo de este símbolo en el inventario general de ediciones supone un 1,54%, que coincide con su nivel relativo dentro del conjunto de las TPA circuladas controladas, 1,51%.

Plaza de la Merced.

Aunque están inevitablemente unidos, hemos considerado el criterio de distinguir el símbolo *Plaza de la Merced* del específico *Iglesia de la Merced*.



Imagen 4.35. Plaza de la Merced. TPA animada, editada por Papelería Mora en 1911. La misma vista fue utilizada en una edición anterior, en 1909.

Esa conexión imprescindible proviene de la propia fundación del Convento, por el conde de Niebla que decidió que se levantase *en la ermita del señor San Roque, que está en la Vega de la dicha villa de Huelva*¹⁸⁹. Situar el convento en la entrada norte de la ciudad y próximo al castillo de San Pedro tenía un claro sentido práctico. La plaza se configura como espacio popular frente al notable edificio.

En nuestro periodo se editaron 21 tarjetas postales, desde 1904 a 1940. La editora que prestó más atención a este símbolo fue, al principio de este tramo temporal, Papelería Mora y Cía, con 5 TPA (imagen 4.35.). Miguel Mora utilizó cuatro vistas distintas para sus ediciones.

El resto fueron casi todos los locales y C.R.S. ; Castañeira, A. y L.; y Loty. Sorprende que la firma onubense líder en estos menesteres, Papelería Inglesa, editase solo un original, y tardíamente, en 1928. En conjunto fueron usadas dieciseis vistas de la plaza, y su nivel de circulación fue parejo al peso relativo que tuvo el uso de este símbolo en el global del inventario de ediciones considerado.



Imagen 4.36. Calle de Cánovas. TPA editada por Rogelio Buendía en 1907. / Col. Autor

Calle Cánovas.

Hemos utilizado esta nomenclatura, calle Cánovas, porque fue la más duradera en el periodo de nuestro estudio. Su denominación popular, y actual, Calle del Puerto, se sitúa originariamente como mínimo en el S.XVI¹⁹⁰, y expresa su condición de conexión principal del centro antiguo de la villa con la zona portuaria.

En esta calle, durante largo tiempo, tuvieron sede distintos organismos oficiales, como sedes judiciales, ayuntamiento de la ciudad y diputación provincial. También fue característico de la misma el cuartel de la Guardia Civil. Tuvo, además de la de Cánovas, la denominación de *Pi i Margall*, a partir de 1931; y *18 de Julio*, a partir de 1936. A efectos de tarjetas postales solo se editó una con nombre distinto a Cánovas, Pi i Margall, por parte de Manuel Arias Cabrera.

Aunque forma parte de los veinticinco símbolos más característicos de las TPA, esta calle fue considerada por un número reducido de editores. Solo Roisín de los foráneos; y Buendía, Papelería Inglesa (imagen 4.36.), Toscano, y Arias y su viuda, la contemplaron en sus series de TPA.

Iglesia de la Merced.

Templo del convento mercedario, que en la historia de la ciudad quizá no tenga el reconocimiento de las parroquias de San Pedro y Concepción, en donde sucesivamente tuvo sede el arciprestazgo, pero que a la postre terminó estableciéndose como la catedral de la ciudad, a partir de la independencia episcopal de Sevilla, a mediados del s.XX.

Hemos considerado en nuestro inventario con esta denominación a lo que comprende el conjunto arquitectónico conventual, en su diferenciación ya comentada con lo que es la *Plaza de la Merced*.

Tras diversas reformas a lo largo de la dilatada historia de esta edificación, la fachada actual del complejo tiene dos elementos notables que suponen una variación sobre su configuración inicial, mantenida ésta en la mayor parte de nuestro periodo de estudio y consecuentemente reflejada en las vistas de las TPA. Nos referimos a la existencia actual de dos espadañas simétricas en los extremos de la fachada de la iglesia (antes no existían) y a la de la tercera planta del área conventual, elevada en 1957¹⁹¹.

En las primeras TPA del inventario con este símbolo solo aparece una pequeña espadaña central, y en las últimas una añadida en el extremo derecho, retranqueada sobre la fachada, que posteriormente sería eliminada al realizarse la reforma



Imagen 4.37. Iglesia de la Merced. TPA editada por Papelería Inglesa en 1902./ Col. Autor

definitiva. Tenemos en nuestro inventario quince tarjetas postales ilustradas con este símbolo, editadas desde 1901 hasta 1940. La primera vista, de Cerezo, la usaron los hermanos Juan y Amador del Pino, en 1901; y al año siguiente, una segunda, de Calle, utilizada por Papelería Inglesa (imagen 4.37.)

Los editores que consideraron es sus series este símbolo fueron tres foráneos (Carlos Rudé, Geografía del Reino de Andalucía, y Lucien Roisin.), y cinco locales (Amador y Juan del Pino, Amador del Pino, Papelería Inglesa, Rogelio Buendía y Vda. de Manuel Arias –imagen 4.38.-).

Los citados, en conjunto, usaron solo ocho vistas para esta relación de quince postales. El nivel relativo de circulación de las TPA con este símbolo está ligeramente por encima de su peso relativo en el inventario general de ediciones (1,54% y 1,26%, respectivamente).



Imagen 4.38. Iglesia de la Merced. TPA editada por Viuda de Manuel Arias en 1940./ Col. Autor

La Cinta.

Con esta denominación hemos considerado todos los elementos relacionados con la devoción a la patrona de la ciudad, Ntra. Sra. de la Cinta. Se editaron en nuestro periodo quince originales de postales ilustradas, a partir de once vistas fotográficas. El Santuario y la pintura mural que lo preside en su interior datan del siglo XV¹⁹²

La mayoría de las imágenes reproducidas en las tarjetas postales ilustradas corresponden a vistas del Santuario, siendo la primera una editada con la fachada del mismo por Rogelio Buendía, en su serie impresa por Hauser y Menet, en



Imagen 4.39. TPA editada por Rogelio Buendía (1904)./ Col. Autor

1904 (imagen 4.39.). No obstante, de las catorce TPA hay tres que reproducen la pintura mural que preside el altar del santuario. Este símbolo, el menos usado de los veinticinco destacados, tuvo un nivel de circulación sensiblemente reducido respecto al peso en el conjunto de las ediciones (0,66% por 1,26%).

Imagen global a través de las TPA

En el epígrafe anterior hemos destacado los principales símbolos y la importancia relativa de cada uno de ellos en el conjunto de la simbología contenida en los originales de TPA inventariados. Estos símbolos forman parte de unos grupos diferenciados, donde ubicamos motivos homogéneos en relación al ámbito al que corresponden.

Así, establecimos los grupos *Urbano*, *Puerto*, *Rábida*, *Río Tinto*, *Ferrocarril*, y de *Otros* (en las que situamos a los que no son ubicables en los anteriores, sin que entre ellos sea posible una agrupación significativa).

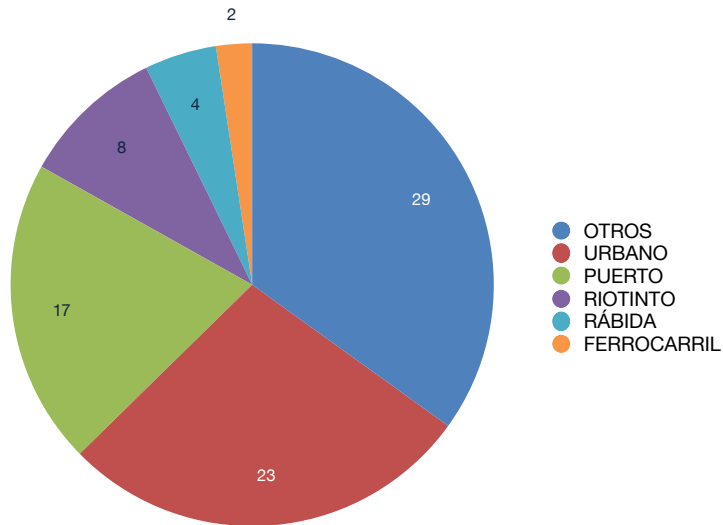


Gráfico 4.7. N° de símbolos identificados en el inventario de TPA según grupos temáticos.

En total hemos identificado 83 motivos o símbolos representativos agrupados según la clasificación anterior. Mostramos la distribución en el gráfico 4.7.

Hemos cuantificado estos grupos en términos de número de tarjetas postales ilustradas correspondientes a estos símbolos y de número de fotografías utilizadas para ilustrarlas. Enfocado así, comprobamos (gráfico 4.8.) que una mayoría significativa, 337 originales (28,58%) se integran en el grupo *Urbano* (gráfico 5.20) seguido, por orden, de los grupos *Puerto*, 225 originales (19,08%); *Río Tinto*, 204 originales (17,30%); *Rábida*, 217 originales (18,41%); *Otros*, 158 originales (13,40%); y *Ferrocarril*, 38 originales (3,22%).

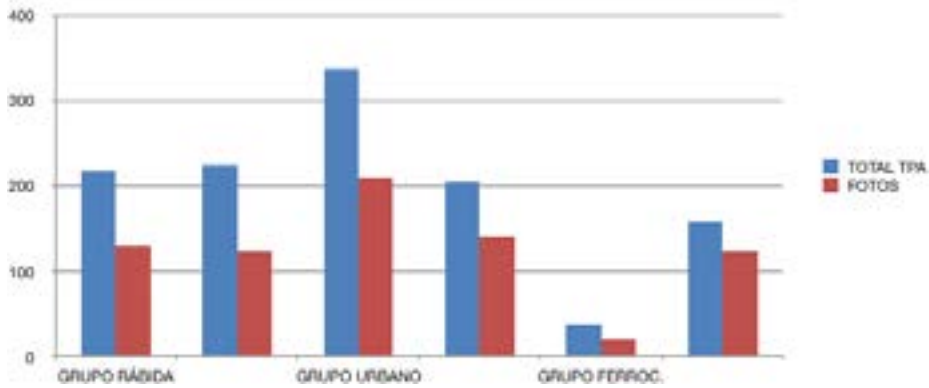


Gráfico 4.8. Importancia relativa de cada grupo temático en el conjunto de las TPA de Huelva. (TPA y fotos ilustrativas).

En cuanto a las fotografías que ilustran las TPA, siendo también el grupo Urbano el de la mayoría, con 211 vistas (28,13%); el orden anterior se altera por el mayor número de fotografías de los motivos del grupo Río Tinto, 141 vistas (18,80%); respecto del grupo Rábida, 130 vistas (17,33%); y el grupo Puerto, 124 vistas (16,53%).

Esta clasificación trata de determinar que temáticas prevalecían, y en qué orden jerárquico, en los contenidos de las tarjetas postales ilustradas de Huelva. Consideramos igualmente un segundo criterio, más general, teniendo en cuenta que la identidad de la ciudad es una resultante de su patrimonio histórico, cultural y arquitectónico, pero así mismo de sus aspiraciones, de lo que pretende ser ahora y en el futuro.

Así, cabe también analizar las tarjetas postales antiguas, porque en ellas podemos tratar de interpretar la identidad de la ciudad en su tiempo y comprobar, incluso, si esas expectativas y aspiraciones han llegado a verificarse. Al objeto de nuestro análisis posterior establecemos cinco categorías de símbolos de ciudades, distinguimos entre símbolos *arquitectónicos* y *monumentales*, *urbanísticos*, *económicos*, *socio-culturales*, y *paisajísticos* (imagen 4.39.).



**Imagen 4.40. Avenida de los Pinzones. Simbología paisajística.
TPA editada por Diario de Huelva (1931)./ Col. Autor**

Consideramos a nuestros efectos como símbolos arquitectónicos y monumentales (*Arquimonumentales*) a los edificios públicos y de vivienda, las fuentes, las estatuas, todas las construcciones cuya finalidad sea funcional específica u ornamental; los urbanísticos difieren de los anteriores en relación a su funcionalidad urbana, nos referimos a las avenidas, calles, plazas, instalaciones de transporte urbano, puentes, si por sus características no constituyen un monumento a considerar de forma singular; los símbolos económicos representan a las actividades económicas y productivas del lugar, instalaciones industriales, fábricas, elementos de distribución, comercios, escenas de producción, etc. Asignado a cada original de las 1.179 TPA un perfil característico entre esta tipología, representamos en el gráfico 4.9. el análisis global, donde comprobamos la importancia de cada uno de ellos.

Observamos que el perfil más característico de las TPA es el de simbología económica, con 371 originales, lo que supone un 31,47 % del total de las editadas. En este perfil hemos considerado a las instalaciones portuarias, las de sociedades mineras, las estaciones de ferrocarril o los establecimientos hospitalarios, por poner los ejemplos más significativos.

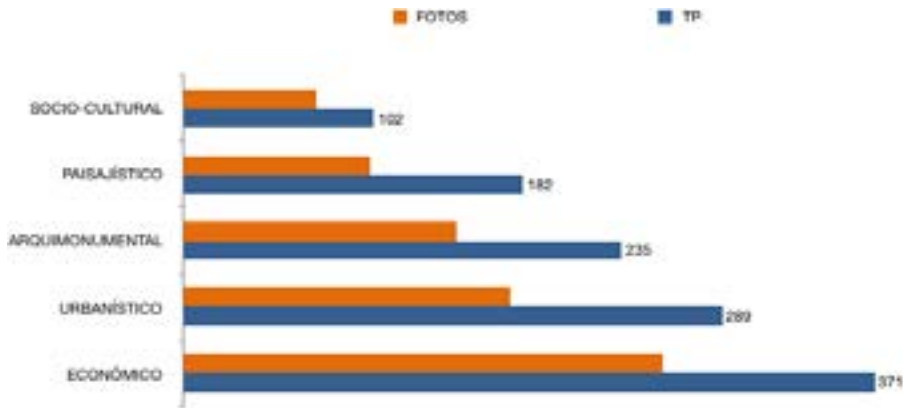


Gráfico 4.9. N° de TPA, y fotos, identificadas según tipología simbólica.

El segundo grupo de TPA en cuanto a la simbología de sus ilustraciones es el *urbanístico*, con 289 originales, alcanzando un 24,51%. Aquí hemos contemplado a las calles, plazas, avenidas y glorietas. El símbolo más destacado de esta naturaleza en el inventario de TPA es la Plaza de las Monjas.

El *arquimonumental* (simbología arquitectónica y monumental), a pesar de “nutrirse” de la importancia relativa de las TPA editadas sobre el monasterio de La Rábida (un 10,33% de todo el inventario), se sitúa en un punto intermedio, con un 19,93% representado por 235 originales. Sobresalen en este tipo la propia Rábida (monasterio y monumento a Colón), la Casa Colón y la Iglesia de la Merced (muy destacada respecto al resto de los templos de la capital).

La simbología *paisajística* la consideramos en las vistas de la ría, punta umbría, los cabezos, las avenidas exteriores y los enclaves rurales de las afueras de la ciudad. Como vemos en el gráfico, son 182 originales, representando un 15,44% de las TPA de Huelva.

Por último, el 8,65% restante contiene símbolos de carácter *socio-cultural*. Son 102 TPA con esta simbología. Por ejemplo, entre ellos se encuentran estampas folklóricas como las Cruces de Mayo, retratos de mujeres ataviadas con trajes típicos, imaginería religiosa o espectáculos taurinos.

En cuanto a la cantidad de vistas diferentes utilizadas, la preponderancia de la simbología económica se resalta aumentando casi un 3% con respecto a las TPA editadas, y las vistas de carácter socio-cultural tienen ligeramente más peso que su número de TPA, como se aprecia en el gráfico.

Una de las cuestiones que nos planteamos en el primer capítulo era comprobar si la selección temática de las vistas, los perfiles simbólicos, eran similares entre las ediciones foráneas y las de los editores locales. El análisis de nuestro inventario determina que hay diferencias. Comprobamos que para los editores locales, no así para los foráneos, el principal perfil simbólico es el económico, con un 39,06% de sus TPA identificadas.

Este resultado se ve influido porque entre los locales tenemos editores que son empresas con actividades productivas que utilizan las TPA para difundir vistas de sus respectivas actividades, como las mineras o la Dehesa Alcolea, aunque no lo suficiente como para devaluar el comentario dado que, sin estos editores específicos, las TPA de los editores locales mantienen una clara mayoría de la simbología económica, con un 33,84%.

Para los editores foráneos la simbología más característica es la urbanística, con un 26,25% de sus TPA. Estos, en cualquier caso, tienen una distribución más equilibrada, pero difieren de los locales en que prestan más atención a los símbolos paisajísticos (22,81% por 11,28% de los locales) y los socio-culturales (14,69% por 4,95% de los editores locales). En consecuencia, frente a la preponderancia de la simbología económica de los locales, observamos que los foráneos tienen solo un 20% de sus TPA con esta temática, lejos del dato señalado de los locales y, consiguientemente, del conjunto de las TPA inventariadas (aquí se incluyen las que tienen editor no identificado), en las que recordamos que suponían un 31,41%.

Volviendo al análisis general, comprobamos la distribución de estos perfiles simbólicos en la muestra utilizada de TPA circuladas. El resultado (gráfico 4.10.) no

difiere de forma significativa respecto al diagnóstico que hemos realizado del conjunto de las TPA editadas. Se incrementa ligeramente el peso de los perfiles económico, urbanístico y paisajístico, en detrimento del arquimonumental y el socio-cultural.

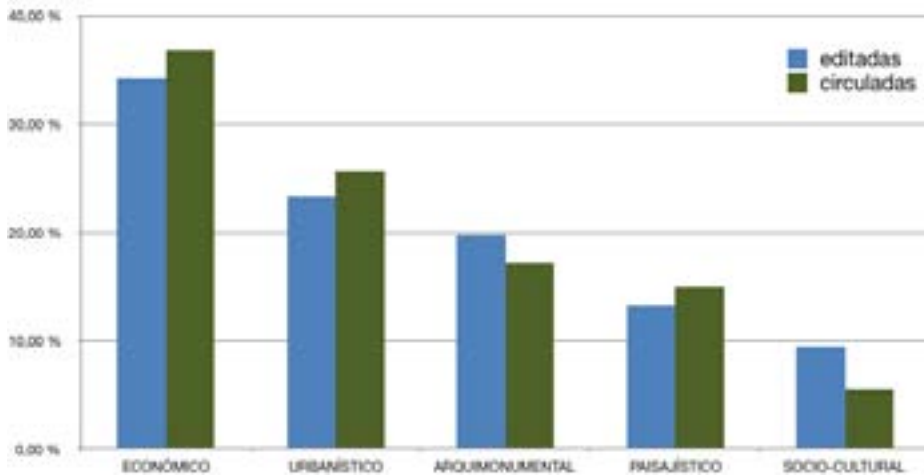


Gráfico 4.10. Comparativa distribución de perfiles, editadas / circuladas

Para completar este análisis hemos aplicado el mismo criterio de clasificación simbólica a otras seis ciudades sobre respectivas muestras de 200 TPA cada una, obtenidas de la relación (422.634 TPA en total, de todo el mundo pero principalmente españolas) que figuraba en el portal *www.todocoleccion.net* los días 26 y 27 de septiembre de 2011.

Las seis ciudades eran Sevilla, Cádiz, Almería, Vigo, Santander y Alicante. Elegimos Sevilla para comprobar el intuido contraste y al resto por ser de parecida dimensión y costeras, como Huelva. La aleatoriedad en la selección de las 200 TPA de cada muestra la consideramos al analizar las últimas 200 *subidas* al portal de cada ciudad, aplicando el filtro “más recientes”.

Entendimos suficiente el tamaño muestral porque el objetivo era establecer una comparación ilustrativa que completase el perfil establecido para Huelva, pero no la realización de estos análisis paralelos como fines en sí mismos.

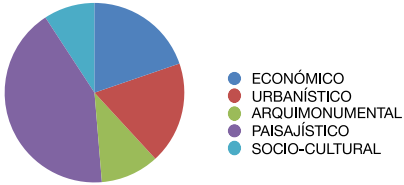
El resultado (gráfico 4.11.) de estos trabajos complementarios fue muy satisfactorio porque nos hizo comprobar una importante diversidad en los perfiles de cada ciudad interpretados a través de los símbolos proyectados por sus tarjetas postales antiguas.

Sevilla, como intuitivamente preveíamos, nos mostró un marcadísimo carácter simbólico correspondiente a su incuestionable patrimonio arquitectónico y monumental. De esta forma, las TPA se encuadraban por sus símbolos en esta naturaleza en un 45,22%. A gran distancia, pero también con relevancia, las TPA con contenido socio-cultural; y ya con menor significancia la simbología urbanística (11,46%), paisajística (9,55%), y económica (7,01%).

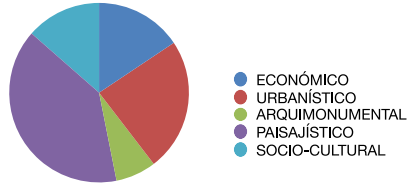
Cádiz, Almería y Alicante, ésta en menor medida, muestran unas TPA con mayor simbolismo *urbanístico*, con respectivos porcentajes en esta categoría de 46,91%, 42,17%, y 34,04% respecto a sus conjuntos de TPA.

Las dos ciudades andaluzas, Almería y Cádiz, difieren entre sí de forma significativa en los perfiles socio-cultural y paisajístico. El primero tiene en Cádiz una relevancia notable (27,16%), y el segundo en Almería (21,69%). En sentido inverso, el paisajístico tiene escasa presencia en las TPA de Cádiz (6,17%), y el socio-cultural en Almería (2,41%).

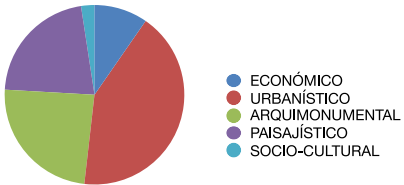
SANTANDER



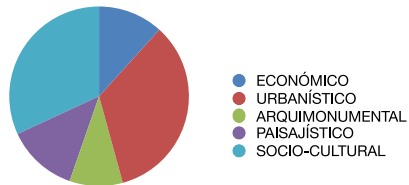
VIGO



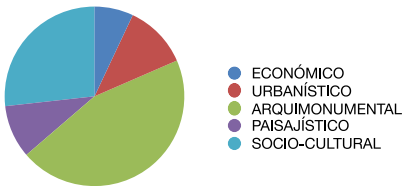
ALMERÍA



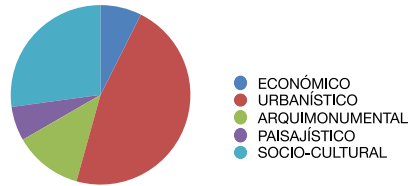
ALICANTE



SEVILLA



CÁDIZ



HUELVA

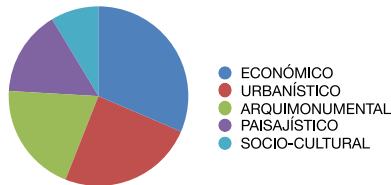


Gráfico 4.11. Importancia (%) de la tipología simbólica de las TPA en varias ciudades.

La singularidad del “grupo Río Tinto” de TPA circuladas (Muelle de Río Tinto, Minas de RT, y Casa Colón) parece muy intuitiva: mayor peso de la recepción en las Islas Británicas (19,12%) y nula circulación (0%) de estos símbolos a Alemania, adversario político y económico incuestionable en el periodo de nuestro estudio.

Los porcentajes de envíos a España y Francia son similares a los del conjunto de los veinticinco símbolos principales y a los de el conjunto de la muestra de TPA circuladas (30,88% y 23,53%, respectivamente). Respecto al “grupo Puerto” (Muelles Norte, Sur y Pasajeros, Paseo del Muelle, Barcos Ría, Pescadería y Glorieta Norte), aparece una mayor circulación relativa a Francia, que se equipara a España con un 29,79%. Reino Unido baja en relación al conjunto, con un 10,64%, y Alemania tiene en este caso mucha menor consideración como destino, con tan solo un 4,26%.

En el caso de Alicante tiene también mucho peso el perfil socio-cultural, con un 31,91% de las vistas con esta simbología. Ello se debe al importante número de TPA editadas de balnearios, baños, y particularmente del club de regatas.

Santander y Vigo tienen una distribución de las TPA atendiendo al criterio considerado muy similar. Respectivamente 42,11% y 39,58% son los porcentajes, sus mayores, de las TPA con contenidos *paisajísticos*. En Santander conforma esta preeminencia notables ediciones sobre la playa del Sardinero y la Bahía en su conjunto; en Vigo la mayoría de las tarjetas postales reproducen vistas de la célebre ría y su entorno natural.

Comprobamos, por lo anterior, que ninguna de estas ciudades muestra una distribución parecida a la de Huelva, donde las ilustraciones con simbología económica son destacadas (31,41%). En este aspecto solo tienen significación, por este orden, Santander (19,74%) y Vigo (15,63%), ambas por el elevado número de TPA dedicadas a las instalaciones de sus importantes puertos.

La comparación con las otras seis ciudades nos permite también apreciar que la distribución de las TPA de Huelva entre las cinco categorías definidas es más equilibrada que en las restantes, donde se produce que hay un perfil característico que por sí mismo alcanza o supera el 40% del total de las TPA (en todos los casos excepto Alicante), o entre dos perfiles se alcanza el 65% (en todos los casos excepto Santander).

Llegado este punto, recopilamos sobre algunos de los elementos evaluados que nos conducen a una definición de la imagen de Huelva según las ilustraciones contenidas en sus tarjetas postales antiguas, como paso previo a las conclusiones contenidas en el apéndice final.

Aplicando al espacio temporal y el objeto material de nuestro trabajo las ideas al respecto que hemos apuntado en el capítulo primero recordamos, por ejemplo, que Kotler, Haider y Rein (1993) consideraban que los lugares privilegiados eran los que eran capaces de satisfacer las necesidades de sus habitantes, y por eso estos lugares eran los verdaderamente atractivos.

De esta forma, Huelva, a través de sus TPA, y según lo que hemos analizado, mostraba una imagen pujante, y atractiva por ello, derivada de la actividad minera, fundamentalmente. Esta imagen es coherente con la prevalencia económica, descrita en el epígrafe anterior, en cuanto a símbolos usados como ilustraciones en las TPA.

Precisamente la actividad minera supuso, desde las últimas décadas del siglo XIX un foco de atracción notable que ocasionó una importante inmigración, en todos los estamentos (clase obrera, comerciantes, técnicos, pequeños empresarios, etc.).

Se concuerda así con lo dictaminado por los autores citados, que indicaban que la atracción provenía de tres posibilidades: nueva industria que se pone en marcha, fuertes oportunidades de trabajo, y calidad de vida percibida. Este último aspecto no es tan perceptible, desde luego, en las TPA de Huelva, aunque parece que se intenta, por ejemplo, con las TPA dedicadas a *modernos* establecimientos sanitarios (imagen 4.40.), residenciales y educativos.

Aplicando los criterios sugeridos por Mackensen y Eckert (1970), también detallados en el capítulo primero (ámbitos *espiritual e intelectual, social, psíquico, económico, y geográfico*), observamos que aun siendo la de Huelva una distribución de perfiles más equilibrada que las de otras ciudades no lo es tanto como para resultar atractiva por una combinación compensada de estos ámbitos.



Imagen 4.41. Clínica de Mackay y Macdonald. TP 1912./ Col. Autor

Para sintetizar una imagen definible de Huelva a partir de sus TPA nos hemos apoyado en dos criterios: el que distingue entre símbolos económicos, urbanísticos, arquitectónicos y monumentales, paisajísticos, y socio-culturales; y el que clasifica en grupo Rábida, Puerto, Río Tinto (Cía., se entiende), Urbano, Ferrocarril (imagen 4.42.), y Otros.

En el primer criterio la comparación con las ciudades elegidas al efecto acredita la relevancia de este perfil económico característico de Huelva. Siendo una evidencia el peso económico de la actividad minera, echamos en falta, sin embargo, que una actividad tan relevante como la pesquera no tuviese mayor reflejo en sus TPA.

Si nos referimos al otro criterio considerado, complementario del anterior, correspondiente a las temáticas propias de las TPA de Huelva, hemos visto que la imagen más característica sería la urbana.



Imagen 4.42. Estación de Ferrocarril de M.Z.A. TP 1903./ Col. Autor

Las TPA de esta naturaleza muestran pequeñas calles muy animadas en los ejes comerciales y oficiales del centro capitalino (calles Sagasta, Cánovas, Concepción, Palacio y Ricos). Denotan actividad, dinamismo, dentro de la modestia de una capital de segundo orden. Ya hemos comentado, no obstante, que como elemento urbano el más destacado es la Plaza de las Monjas (imagen 4.43.).

Resulta notorio también que casi el único icono histórico-monumental sea el monasterio de la Rábida y sus alrededores. Siendo así, constituye, como hemos visto, el símbolo más editado. Por tanto, respondería a una interpretación de la *identidad* por parte de los editores, que quedaría relegado en alguna medida al ser superado por la mayor circulación de las TPA del símbolo muelle de Río Tinto (representativo de la economía provincial y particularmente de la dimensión de la compañía minera inglesa). Esta mayor circulación del muelle de minerales nos conduciría al concepto de *imagen* trasladada al (o recibida por el) exterior.



Imagen 4.43. Plaza de las Monjas. TP 1912./ Col. Autor

En el plano arquitectónico y monumental, que estaría considerado en el segundo criterio dentro del grupo urbano, además de La Rábida solo tenemos a la Iglesia de la Merced, que más tarde sería instituida catedral de la diócesis, y a la Casa Colón (imagen 4.44.).

Las parroquias de San Pedro y de la Concepción aparecen en las TPA como parte del espacio urbano (plaza de San Pedro y calle de la Concepción, respectivamente). También nos llama la atención el hecho de que no aparezcan en TPA de Huelva ni el convento de San Francisco ni el de Sta. María de Gracia, ambos de cierta dimensión y de notable popularidad.

La singular orografía de la capital onubense (cabezos, ría, marismas) y un entorno natural privilegiado (Rábida, Peguerillas y La Ribera) hacen que los paisajes sean símbolos que, aunque queden por debajo de los económicos, urbanísticos, y arquimonumentales, tengan su presencia reseñable en el inventario de TPA.



Imagen 4.44. Casa Colón. TP 1903./ Col. Autor

Se produce, además, como hemos indicado, una mayor circulación de esta simbología en relación a su peso en las ediciones. Este grupo se reparte en el segundo criterio entre *Rábida* y *Otros*.

En el último estadio de simbología onubense proyectada a través de las TPA se encuentra el perfil socio-cultural. El símbolo más destacado de esta categoría es la plaza de Toros, notable enclave social que, inaugurada en 1902, es usado como tal por los editores prácticamente durante todo el periodo de nuestro estudio. También conforman este plano socio-cultural el Balneario del Odiel, las imágenes costumbristas y las religiosas del ámbito cofrade.

Pero las afirmaciones anteriores, válidas en una consideración global respecto al periodo considerado (1897-1940), pueden ser desagregadas por periodos, según la clasificación que hemos utilizado en el trabajo.

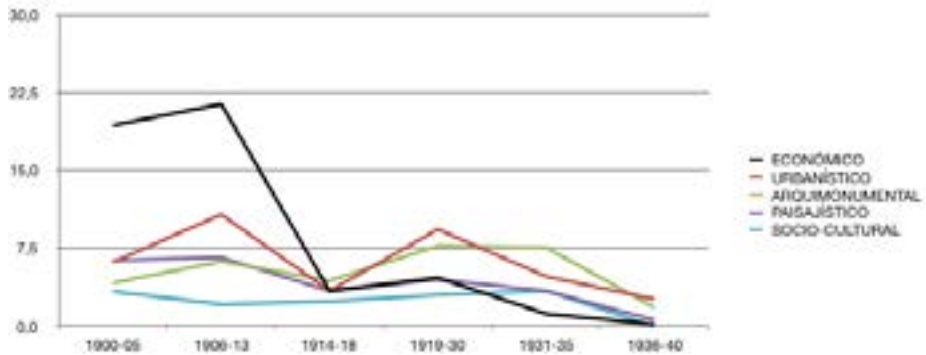


Gráfico 4.12. Número medio anual de TPA editadas, por periodos temporales, con cada uno de los perfiles simbólicos.

De esta forma (gráfico 4.12.) comprobamos que, aunque en el periodo conjunto el perfil económico supera a los demás, la evolución de este a partir de una preponderancia indiscutible en los primeros periodos es de claro declive.

Y en sentido contrario, perfiles simbólicos de segundo orden como el urbanístico y el arquimonumental, pasan a ser los más utilizados en los últimos periodos de la serie temporal.

En el periodo de la Gran Guerra Europea (1914-1918), cayendo la edición media anual en general de TPA de Huelva, observamos que se produce una equiparación de los cuatro primeros perfiles (económico, urbanístico, arquimonumental, y paisajístico) mientras el socio-cultural se mantiene en una ligera tendencia a la progresión.

A partir de este periodo el perfil económico ya no lidera la imagen que transmiten las TPA de Huelva e, incluso, queda prácticamente por debajo de todos los demás. La explicación de esta evolución podemos encontrarla en el hecho de que hay más postales de minas editadas en los primeros periodos, por parte de las propias compañías y también de los editores comunes.

Pero también en la reducción gradual de símbolos de esta naturaleza en las series de TPA, siendo sustituidos por otros que amplían su presencia, como las calles y, singularmente, La Rábida, que entendemos que experimenta un impulso como consecuencia de la Exposición Iberoamericana de Sevilla de 1929.

un
i
A

Epílogo

Algunas conclusiones



Huelva - El Muelle desde el Mar

En el periodo de nuestro estudio, 1897-1940, hemos identificado 184 ediciones de TPA sobre la provincia de Huelva, de las que correspondientes a la capital, su entorno y genéricas provinciales son 133. De estas, 101 contienen más de una TPA. La moda de la distribución de ediciones viene constituida por la serie tipo de 20 TPA, y la media de originales por edición es de 15 TPA.

En total computamos tras varios años de rastreo y catalogación, a la fecha de culminación del trabajo inicial, para el conjunto provincial 2.079 originales, y para el universo de nuestro estudio 1.538 originales, de los que hemos identificado 1.179. Estas TPA contienen 750 vistas distintas.

La primera TPA editada con una ilustración de Huelva es la nº159 de la serie general de Hauser y Menet (HyM), distribuida en el mercado a partir de 1897. La imagen reproducida es una vista de una corta de Minas de Río Tinto.

Las primeras vistas de la capital utilizadas en la edición de TPA forman parte también de la serie general de HyM, con los números 444, 445 y 446 correspondientes, respectivamente, a la Estación de M.Z.A., el Muelle de la Bahía, y el Muelle de Río Tinto. En la serie general comienzan a editarse en 1900, aunque la vista de la 445 es utilizada en 1898 por la firma malagueña Garret y Cía. en una TPA obsequio para sus clientes. Tenemos fundamentos para pensar que estas tres fotografías, al igual que la anterior, fueron realizadas en 1892.

Las primeras tarjetas postales de editores locales son precisamente estas tres, que se editaron por Hauser y Menet, pero también por encargo y personalizadas con la firmas respectivas de Rogelio Buendía y Papelería Inglesa, en 1900.

Hasta 1905 los editores locales, que encargaron la producción de sus series a imprentas de Madrid y Leipzig, fueron los citados Rogelio Buendía y Papelería Inglesa, Amador y Juan del Pino, Amador del Pino (imagen e.1.), Almacén nº2 (Río Tinto Company), y Papelería Mora y Cía.



Imagen e.1. Vista de los cabezos. TP 1902./ Col. Autor

En este periodo de pioneros también editan TPA sobre Huelva los alemanes Purger & Co., los suizos Photoglob Zurich, y los nacionales Hermenegildo Miralles, Rocafull y Cía., Prats, P.G.H Valladolid, Fototipia Lacoste, y Policarpio Sanz Calleja.

Nuestro estudio acredita que Papelería Inglesa fue el editor local más importante de la primeras cuatro décadas del siglo XX, con dieciséis series y una estimación de 372 originales de TPA sobre Huelva. Estas postales contienen, como mínimo, 167 vistas fotográficas diferentes, que contando las pendientes de identificar creemos que superan las doscientas. El periodo de ediciones de Papelería Inglesa comprende desde 1900 hasta 1928.

Rogelio Buendía Abreu (imagen e.2.) es otra de las figuras locales destacadas en nuestro sistema de TPA de Huelva. Aunó en su persona la condición de editor, librero-distribuidor y coleccionista. Sus series aparecen desde 1900 hasta probablemente 1934, la más dilatada producción de TPA de Huelva. Editó ocho series con un conjunto de ochenta y ocho originales, como mínimo.



Imagen e.2. - TP editada por Rogelio Buendía Abreu./ Col. Autor

En la segunda década del siglo XX se incorporan nuevos editores nacionales al mercado de las TPA de Huelva: Geografía del Reino de Andalucía, la barcelonesa Fototipia Thomas, el sevillano Carlos Rudé (CRS), y la madrileña Fototipia Castañeira, Alvarez y Levenfeld.

A partir de la tercera década surgen editores locales tan significativos como Rafael Mojarro, Diario de Huelva, Justo Toscano y Nicolás Pomar (imagen e.3.). Se añaden a ellos los franceses afincados en España Loty y Roisín.



Imagen e.3. TP editada por Nicolás Pomar./ Col. Autor

La mayor parte de las TPA de Huelva fueron impresas en el exterior. Incluso los editores locales que contaban con imprentas realizaban encargos en casas especializadas, de Leipzig, Madrid y Barcelona.

La distribución de las TPA se realizaba a través de las Librerías, Papelerías y establecimientos de artículos de escritorio. Un gran número de estos comercios, además, se constituyeron en editores de TPA. Fueron Papelería Inglesa, Amador y Juan del Pino, Amador de Pino, Papelería Mora, Rogelio Buendía, Rafael Mojarro, Diario de Huelva, Justo Toscano, Nicolás Pomar, y las viudas de Manuel Arias y de Justo Toscano.

La mayoría de las TPA circuladas de Huelva lo fueron al extranjero, un 69,30%. Un 6,14% fueron enviadas al extranjero pero no desde la provincia de Huelva.

Habiendo dividido el plazo temporal de nuestro estudio, en el plano de la circulación, en los siguientes periodos: 1900-05, 1906-13, 1914-18, 1919-30, 1931-35,

y 1936-40; comprobamos que el periodo de mayor circulación es el de 1906-13, seguido por el de 1900-05, con lo que la mayoría de las TPA circuladas se concentran entre 1900 y 1913.

Los periodos de menor circulación coinciden con las confrontaciones bélicas, la Gran Guerra Europea y la Guerra Civil Española. En conjunto y de forma muy destacada el principal país extranjero destinatario de las TPA de Huelva fue Francia, con un 34,18% de todas las enviadas fuera de España. Le sigue el Reino Unido (imagen e.4.), con la mitad, un 17,41%; y Alemania, con un 7,91%. Sin embargo, la mitad de los extranjeros de la capital, a principios del siglo XX, eran británicos; el 23% eran alemanes; y el 21% franceses.



Imagen e.4. TP circulada en agosto de 1909, de Huelva a Londres./ Col. MGF

Por periodos hay que advertir que en 1900-1905 el Reino Unido recibe más TPA que Francia, situándose en el primer lugar extranjero como receptor; y que en el periodo 1919-1930 Francia llega a superar a España en esta faceta.

Epílogo **Algunas conclusiones**

Los envíos de las 456 TPA circuladas utilizadas en el análisis se realizaron a 215 ciudades diferentes, 185 extranjeras y 30 españolas y de estas, 3 de la provincia de Huelva. Las ciudades con más destino fueron Madrid, con un 5,48%; París, con un 5,04%; y Sevilla, con un 4,82%.

Francia y Reino Unido superan a España en número de ciudades destino, con 54 y 37, respectivamente. Es destacable también la dispersión de los envíos a EEUU (imagen e.5.), con 12 ciudades diferentes, a pesar de tener un reducido peso relativo en el conjunto de las TPA circuladas.



Imagen e.5. TP circulada en mayo de 1910, de Huelva a Cleveland (EEUU)./ Col. Autor

Papelería Inglesa es en términos absolutos la editora cuyas TPA son más circuladas en nuestro plazo temporal. Alcanza un 30,11% del total. Sin embargo, si relacionamos esta variable con el número de originales editados comprobamos que queda por debajo de otras siete editoras, con un ratio de circulación/edición de 0,36.

Las principales editoras en cuanto a valor de este ratio son Purger & Co. (imagen e.6.), con un 2,6; Amador y Juan del Pino, con un 0,9; y Photoglob Zurich, con un 0,83. Todas ellas produjeron sus series de TPA en el periodo 1900-05.



Imagen e.6. TP editada por Purger & Co., en 1903. / Col. Autor

La mayor parte de las TPA que son circuladas lo son al año siguiente de su edición, un 24,12% del total. Solo el 41,45% es circulado entre el año de edición y el siguiente, con lo que apreciamos un significativo diferimiento en la circulación. Por término medio la circulación se verifica en 2,81 años respecto al de su edición.

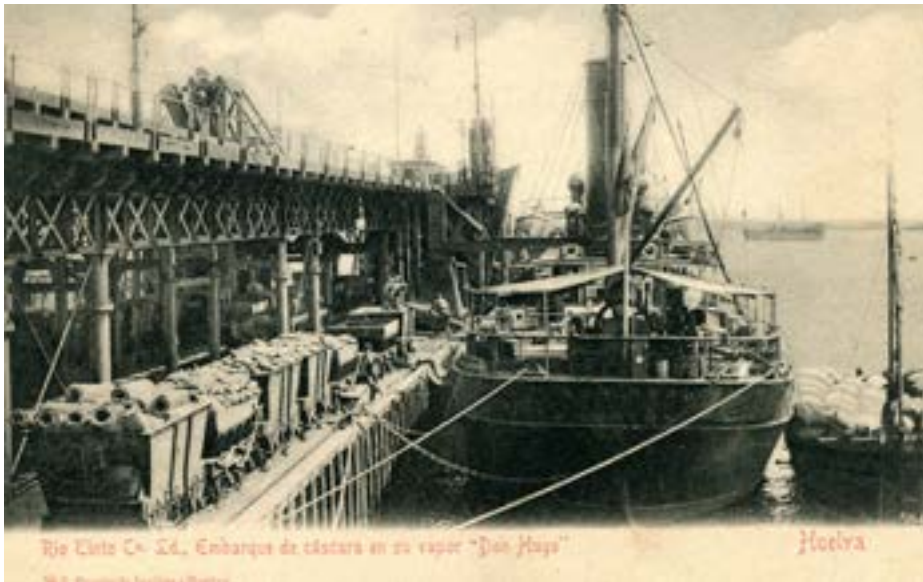
Entre 1900 y 1905, además de ser el periodo en el que hemos constatado más circulación, es al que corresponden las TPA editadas que tienen el diferimiento medio citado mayor, con 3,05 años sobre año de edición.

Las cuatro series de TPA más circuladas del inventario realizado son la “gótica” de Papelería Inglesa (1903); la “coloreada” de Purger (1903); la “única” de Amador y Juan del Pino (1901); y la “arial” de Papelería Mora (1909).

Entre estas, la “gótica” de Papelería Inglesa tuvo un diferimiento medio en su circulación de 4,75 años; la “coloreada” de Purger, de 3,04 años; la “única” de los hermanos del Pino, de 1,89 años; y la “arial” de Mora, de 1,8 años.

El motivo simbólico que aparece en más TPA circuladas es el muelle de la Compañía de Río Tinto, con un 8,55% de todas las circuladas. Le sigue el Monasterio de La Rábida, con un 7,46%; y la calle Concepción y la plaza de las Monjas, ambas con un 5,48%.

En cuanto a símbolos enviados a países, el Muelle de Río Tinto (imagen e.7) es uno de los principales remitidos a través de TPA al resto de España, Francia, Reino Unido y EEUU.



**Imagen e.7. Embarque en el muelle de la Cía.de
Río Tinto. TP editada en 1903. / Col. Autor**

También el Monasterio de La Rábida, a los anteriores países excepto Francia, además de a Alemania, Portugal, Argentina y Checoslovaquia; la plaza de las Monjas, a España, a Alemania y a Dinamarca; y la calle Concepción, a Bélgica.

Realizada una agrupación de las TPA circuladas por símbolos entre los grupos Rábida, Urbano, Río Tinto (imagen e.8.), Puerto, y Ferrocarril, los dos primeros van de menos a más en cuanto a protagonizar TPA circuladas en nuestro plazo temporal desde 1900 a 1940, mientras que los restantes van de más a menos.

Refiriéndonos a los remitentes clasificamos los perfiles en cuatro: remitente común, coleccionista, marino, y viajero. La mayor parte de las TPA son enviadas por remitentes comunes, un 55,84. Las circuladas por coleccionistas alcanzan un 19,16; las remitidas por marinos un 14,94%; y las enviadas por viajeros un 10,06%.

La mayor parte de los remitentes que enviaron sus TPA a España, Alemania, Portugal e Italia, eran comunes. La mayoría de los que remitieron postales a Francia y Bélgica eran coleccionistas; y la mayor parte de los que circularon TPA al Reino Unido y EEUU, fundamentalmente, eran marinos.



Imagen e.8. Muelle de Río Tinto.TP circulada en 1900. / Col. Autor

- 1 LARA LÓPEZ, Emilio Luís “La fotografía como documento histórico-artístico y etnográfico: una epistemología”. Revista de Antropología Experimental nº 5. Universidad de Jaén, 2005. Pág. 4
- 2 AGUILAR CIVERA, Inmaculada “La mirada fotográfica de la Ingeniería Civil” revista Ingeniería y Territorio. nº 76. Colegio de Ingenieros de Caminos, Canales y Puertos. Madrid 2007. Págs. 82-93
- 3 Gordon Waitt, Lesley Head “Postcards and frontier mythologies: sustaining views of the Kimberley as timeles” Environment and Planning D: Society and Space 2002, volume 20, Págs. 319-344
- 4 LAVENDER, Lisa Ann, THIRIEZ Régine “postcards”The Oxford Companion to the Photograph. Ed. Robin Lenman. Oxford University Press 2005. Oxford Reference Online. Oxford University Press.Universidad de Huelva.13 January 2009 <https://vpn.uhu.es:80/views/ENTRY.html?subview=Main&entry=t207.e1262-s1>
- 5 QUIROS LINARES, Francisco “Fotografía histórica y geografía histórica” en Treballs de la Societat Catalana de Geografia nº 33-34 – vol.VII. Barcelona, 1992. Págs. 251-259
- 6 HERNANDEZ, José y LAZO, Dolores “Huelva, antes y ahora”. Colegio Oficial de Aparejadores y Arquitectos Técnicos de Huelva. Huelva, 1997. Págs. 22,24,26,28,30,34,36,84,86,90,122, ...
- 7 MONTEAGUDO LÓPEZ-MENCHERO (Dir) y otros “El Puerto de Huelva. Historia y Territorio. Autoridad Portuaria de Huelva. Huelva, 1999. Págs. 20,37,47,74,75,76,104,105,108,115,137,139,148,...
- 8 GÓMEZ Y MÉNDEZ, José Manuel (Dir) y otros. “Huelva XX. Noticias de un siglo” tomo 1.Huelva Información, S.A., Huelva, 2000. Págs. 18 ,21,27,34,35,37,38,39,42,43,50,51,53,57,83,87,98,115,...
- 9 CASTRO CRESPO, Juan Carlos. Colegio Oficial de Arquitectos de Huelva. Huelva, 2008. Págs. 70,73,129,159, 166-168,184,194,199,200,203,205,210-213,215,218,245,246,249,269,270, ...
- 10 GOZÁLVEZ ESCOBAR, José L. “La formación de la provincia de Huelva y el afianzamiento de su capital” Diputación Prov. de Huelva, Inst. de Estudios Onubenses. Huelva 1982. Págs. 15,16,31,36,133-136,143-165
- 11 ECHENGUSIA, Javier (dir.) “Huelva, gestión de ciudad”. Gerencia Municipal de Urbanismo de Huelva. Huelva, 2002. Págs. 21,30,36,37-42,44-50

- 12 FERNANDEZ-PALACIOS, José María (dir.) "Huelva, marítima y minera. 1929". Agencia Andaluza del Agua. Sevilla, 2010.pp 26,28,43,44,45,86,87,98, 108,112
- 13 SUGRAÑES GÓMEZ, Eduardo. "Plazas de Toros de Huelva". Fund. El Monte. Huelva, 2005. Págs. 59-61, y 67
- 14 ALVAREZ CHECA, José, DE LA VILLA, Lourdes, y MOJARRO, Ana M^a, "Guía de Arquitectura de Huelva". Colegio Oficial de Arquitectos de Huelva. 2002. Págs. 33,36,39,40, 65.
- 15 MANZANO BARRERO, Luis y otros. "El agua en la historia de Huelva". Empresa Municipal de Aguas de Huelva, S.A. Huelva, 1996. Págs. 61, 65, 68, 86, 90, 94, 99, 102, 105, 131, 137-139, y 145.
- 16 LARA RÓDENAS, Manuel José, y otros. "La Merced. Cuatro siglos de historia" Vicerrectorado de los Centros Universitarios de Huelva, 1991. Págs. 57, 61, 63, 67 y 73.
- 17 GARNER, P. "Postcards". Financial Times 12-08-2006, Pág. 34
- 18 FUENTES GÓMEZ, José Humberto. "Imágenes e imaginarios urbanos: su utilización en los estudios de las ciudades. Revista "Ciudades" nº 46. Puebla (México), 2000. Pag.3.
- 19 LACARRIEU, Mónica. "La insoportable levedad de lo urbano". Revista "Eure", Vol.XXXIII, nº99. Santiago de Chile, agosto 2007. Págs. 47-64
- 20 SANTESMASES MESTRE, Miguel. "Marketing, conceptos y estrategias". Ediciones Pirámide. Madrid, 1991. Pág. 343
- 21 FREUND, Gisèle "La fotografía como documento social". Ed. Gustavo Gili. México, 1993. Pág. 8
- 22 GOMEZ RODRÍGUEZ, Manuel "Marketing de ciudades" en AGUIRRE GARCÍA, María Soledad (coord.) "Marketing de sectores específicos". Ediciones Pirámide. Madrid, 2000. Págs. 284-286
- 23 SANTESMASES, Miguel "Términos de marketing. Diccionario-Base de Datos".Ed. Pirámide. Madrid, 1996. Pág. 448
- 24 BRISSET, Demetrio E. Op cit. pag.36
- 25 ZUKIN, Sharon. "The cultures of cities" Blackwell Publishers. Massachusetts (USA), 1995. Págs. 15-16

- ²⁶ MONTEAGUDO LÓPEZ-MENCHERO, Jesús “Población y espacio en Huelva: Bases demográficas para una ordenación del territorio”, ponencia presentada en las I Conversaciones en Huelva: «Proyección urbanística hacia un centenario ». 1984. <http://rabida.uhu.es/dspace/bitstream/handle/10272/2905/b15126572.pdf?sequence=1>; [29/4/2011]
- ²⁷ BOISIER, Sergio “Política Regional en una Era de Globalización. ¿Hace sentido en América Latina?” Documento presentado en el Seminario Internacional Política Regional Numa Era de Globalizacao, organizado por el IPEA y La Fundación K. Adenauer de Brasil (Brasilia 31/7 y 1/8/96). Pág. 11
- ²⁸ LACARRIEU, Mónica. Op.cit.p.52
- ²⁹ SILVA, Armando. “Imaginaris urbanos”. Tercer Mundo Editores. Bogotá, 2002. p.63
- ³⁰ CARRERAS y CANDI, Francesc “Las tarjetas postales en España” Imprenta de Francisco Altés. Barcelona, 1903. p.1
- ³¹ PINTO, Alfonso “La tarjeta postal. Estética e historia” Producciones Editoriales del Noroeste. Barcelona, 1953. p.9
- ³² “La Ilustración Artística” nº 1.076. Barcelona, agosto 1902. p.530
- ³³ PALÁ LAGUNA, Francisco “La tarjeta postal ilustrada”, en PALÁ L. y RINCÓN GARCÍA, Wifredo “Los Sitios de Zaragoza en la tarjeta postal ilustrada” Ed. Fundación 2008 Zaragoza. pp.33-35
- ³⁴ “Alrededor del Mundo” nº291. Madrid, diciembre de 1904. p.404
- ³⁵ BOURGEOIS, Claude y MELOT, Michel, “Les Cartes Postales”. Editions Atlas, Paris 1984. pp.12-14
- ³⁶ PINTO, Alfonso. Op cit. pág.11
- ³⁷ STUBBS, Peter “Postcard History”, en <http://www.edinphoto.org.uk> [22/04/2010]
- ³⁸ “Alrededor del Mundo” nº 440. Madrid, noviembre 1907. Pág. 296
- ³⁹ Lavender, Lisa Ann; Thiriez, Regine. “postcards” The Oxford Companion to the Photograph. Ed. Robin Lenman. Oxford University Press 2005. Oxford Reference Online. Oxford University Press. Universidad de Huelva. 3 January 2009 <<https://vpn.uhu.es:80/views/ENTRY.html?subview=Main&entry=t207.e1262>>
- ⁴⁰ FERNÁNDEZ RIVERO, Juan Antonio. “Desde Málaga, Recuerdos...” Ed.Miramar. Málaga 1994. Pág. 10

- 41 GONZÁLEZ RIANCHO, Gabriel y TORCIDA, José Antonio “El Coleccionismo de la Tarjeta Postal”, en RIEGO, Bernardo y Otros “Santander en la tarjeta postal ilustrada 1897-1941” Ed. Fundación Marcelino Botín. Santander 1997. Pág. 119
- 42 LAIZ, Ángel. “La Historia Postal y las Tarjetas Postales”, en CARRASCO MARQUÉS, Martín “Las Tarjetas Postales Ilustradas de España circuladas en el S.XIX” Ed. Edifil, Madrid 2004. Págs. 13-28
- 43 KRUG, Vivian, “The history of postcards”, en <http://www.emotionscards.com/museum/historyofpostcards.htm> 26/04/2010
- 44 BOURGEOIS, Claude y otro. Op.Cit. Pág. 18-20
- 45 TORRENTS Y MONNER, Antonio “Geografía y Estadística”, Librería de Francisco Ribalta. Barcelona, 1899. Págs. 44-45
- 46 ARAUJO, Fernando “La España Moderna” Tomo 215. Noviembre 1906. Pág. 198
- 47 “Alrededor del Mundo” nº 328. Madrid, 14 de septiembre de 1905. Pág. 166
- 48 “La Ilustración Artística” nº 203. Barcelona, 21 de diciembre de 1885. Pág. 408
- 49 GAMEZ ROMERO, Francisco “Tarjetas Postales de la Semana Santa de Málaga”, en <http://es.geocities.com/edom312/Historia.html> 27/4/2010
- 50 CARRASCO MARQUÉS, Martín “Catálogo de las primeras tarjetas postales de España impresas por Hauser y Menet 1892-1905” Edición Casa Postal, Madrid 1992. Págs. 21-23
- 51 CARRERAS Y CANDI, F. “La Dinastía”. Barcelona, diciembre 1890. Pág. 2
- 52 CARRASCO MARQUÉS, Martín “Las Tarjetas Postales Ilustradas de España circuladas en el Siglo XIX”. Edición Edifil, Madrid 2004. Pág. 251
- 53 CARRASCO MARQUÉS, Martín “Catálogo de las primeras Tarjetas Postales de España impresas por Hauser y Menet 1892-1905. Pág. 51
- 54 “Blanco y Negro” nº 376. Madrid, Julio 1898. Pág. 24
- 55 “Boletín de la Tarjeta Postal Ilustrada”, nº24, Barcelona, diciembre 1902. Pág. 239
- 56 CARRERAS I CANDI, Francisco. Op.cit. Pág. 60
- 57 “Nuevo Mundo” nº 454. Madrid, septiembre 1902. Pág. 19
- 58 “Nuevo Mundo” nº 759. Madrid, julio 1908, Pág. 26
- 59 “Blanco y Negro” nº 370. Madrid, Junio 1898. Pág. 24

- ⁶⁰ TEIXIDOR, Carlos “La Tarjeta Postal en España” Espasa Calpe, Madrid 1999. Pág. 11
- ⁶¹ PONTES, Fernando. “Nuevo Mundo” nº 870. Madrid, septiembre 1910. Pág. 4
- ⁶² BOURGEOIS, Claude y otro. op.cit. Pág. 26
- ⁶³ LIBRARY JOURNAL, Julio 2008. Reed Business Information. Pág. 114
- ⁶⁴ ROBLES, R. “La Escuela Moderna” nº 165. Madrid, diciembre 1904. Págs. 731-732
- ⁶⁵ “La construcción moderna” nº10. Madrid, mayo de 1905. Pág. 204
- ⁶⁶ “Alrededor del Mundo” nº67. Madrid, septiembre 1900. p.223
- ⁶⁷ “Alrededor del Mundo” nº 232. Madrid, noviembre 1903. p.345
- ⁶⁸ TURULL, Juan Bautista, en “España Cartófila” nº20. Barcelona, enero 1903. Pág. 159
- ⁶⁹ “Vida Galante” nº 247 a nº 250. Madrid, agosto y septiembre de 1903.
- ⁷⁰ “Por esos Mundos” nº 107. Madrid, diciembre 1903. Pág. 541
- ⁷¹ “Alrededor del Mundo” nº318. Madrid. Julio de 1905. Pág. 7
- ⁷² “Ondas”. Madrid, 1 de mayo de 1927- Pág. 23
- ⁷³ “Alrededor del Mundo” nº 291. Madrid, diciembre 1904. Pág. 404
- ⁷⁴ “Boletín de la Tarjeta Postal Ilustrada” nº6. Barcelona, Junio de 1901. Pág. 40
- ⁷⁵ Lavender, Lisa Ann; Thiriez, Regine. “Postcards” The Oxford Companion to the Photograph. Ed. Robin Lenman. Oxford University Press 2005. Oxford Reference Online. Oxford University Press. Universidad de Huelva. 3 January 2009 <<https://vpn.uhu.es:80/views/ENTRY.html?subview=Main&entry=t207.e1262-s1>>
- ⁷⁶ “La Ilustración Artística” nº 885, Barcelona, diciembre 1898. p.794
- ⁷⁷ “Historia y Vida”. Nº 515, pag. 11. Ed. Prisma Publicaciones 2002. Barcelona, 2011.
- ⁷⁸ “Alrededor del Mundo” diciembre 1904. op.cit
- ⁷⁹ CARRERAS I CANDI, Francisco. Op cit. Pág. 61
- ⁸⁰ “El viajero ilustrado hispano-americano” nº 5. Barcelona, mayo de 1879. Pág. 1
- ⁸¹ “Gaceta de los caminos de hierro” tomo XIX, nº 1. Madrid, enero 1874. Pág. 4
- ⁸² CARRERAS Y CANDI, Francisco. “La Dinastía” nº 4106. Barcelona, Agosto 1891. Pág. 2

- ⁸³ “España Cartófila” nº20 Barcelona, febrero 1903. Pág. 160
- ⁸⁴ “Boletín de la Tarjeta Postal Ilustrada” nº3. Barcelona, marzo de 1901. Pág. 22
- ⁸⁵ “Alrededor del Mundo” nº 31 Madrid, enero de 1900. Pág. 7
- ⁸⁶ BOURGEOIS, Claude y otro. op.cit. Pág. 15
- ⁸⁷ “España Cartófila” nº25. Barcelona, julio 1903. Págs. 217-220
- ⁸⁸ “España Cartófila” nº6. Barcelona, diciembre 1901. Pág. 58
- ⁸⁹ “España Cartófila” nº18. Barcelona, diciembre 1901. Pág. 138
- ⁹⁰ LAIZ, Angel. Op cit. Págs. 14-19
- ⁹¹ CARRASCO MARQUÉS, Martín op.cit. Pág. 117
- ⁹² PÉREZ NIEVA, Alfonso. “La Dinastía” nº 7148. Barcelona, enero de 1900. Pág. 2
- ⁹³ “España Cartófila” nº1 Barcelona, julio de 1901. Pág. 4
- ⁹⁴ “El Imparcial”. Madrid, martes, 4 de diciembre de 1900. Pág. 3
- ⁹⁵ “La Dinastía” nº 8711. Barcelona 12/10/1902. Pág. 2
- ⁹⁶ “Boletín de la Tarjeta Postal Ilustrada” nº 11. Barcelona, noviembre de 1901. Pág. 85
- ⁹⁷ “Boletín de la Tarjeta Postal Ilustrada” nº 18. Barcelona, junio de 1902. Pág. 170
- ⁹⁸ “Boletín de la Tarjeta Postal Ilustrada” nº 16. Barcelona, abril de 1902. Pág. 136
- ⁹⁹ “España Cartófila” nº5 . Barcelona, noviembre 1901. Pág. 42
- ¹⁰⁰ “Gran Vida” nº 111. Madrid, agosto de 1912. Pág. 243
- ¹⁰¹ “El Imparcial”. Madrid, domingo 4 de septiembre de 1892 Pág. 3
- ¹⁰² Lenman, Robin. “Performing arts and photography” The Oxford Companion to the Photograph. Ed. Robin Lenman. Oxford University Press 2005. Oxford Reference Online. Oxford University Press. Universidad de Huelva. 3 January 2009 <<https://vpn.uhu.es:80/views/ENTRY.html?subview=Main&entry=t207.e1170>>
- ¹⁰³ “Boletín de la Tarjeta Postal Ilustrada” nº 11. Barcelona, noviembre 1901. Pág. 84
- ¹⁰⁴ “España Cartófila” nº3 Barcelona, septiembre 1901. Pág. 23
- ¹⁰⁵ “La Escuela Moderna” tomo XXVI nº 162. Madrid, septiembre de 1904. Pág. 527

- ¹⁰⁶ Kingsley, Hope. "Photographic innovation, economic and social aspects of" *The Oxford Companion to the Photograph*. Ed. Robin Lenman. Oxford University Press 2005. Oxford Reference Online. Oxford University Press. Universidad de Huelva. 3 January 2009 <<https://vpn.uhu.es:80/views/ENTRY.html?subview=Main&entry=t207.e1200>>
- ¹⁰⁷ GORDON, B. "The Souvenir: Messenger of the Extraordinary" *Journal of Popular Culture* 20 3. East Lansing, Michigan, 1986. Págs. 135–146.
- ¹⁰⁸ Quanchi, Max. "Oceania" *The Oxford Companion to the Photograph*. Ed. Robin Lenman. Oxford University Press 2005. Oxford Reference Online. Oxford University Press. Universidad de Huelva. 3 January 2009 <<https://vpn.uhu.es:80/views/ENTRY.html?subview=Main&entry=t207.e1127>>
- ¹⁰⁹ "Alrededor del Mundo" n°351. Madrid, febrero de 1906. Pág. 12
- ¹¹⁰ YÜKSEL, Atila; AKGÜL, Olcay "Postcards as affective image makers: An idle agent in destination marketing". *Tourism Management*, Volume 28, Issue 3, Junio 2007. Págs. 714-725
- ¹¹¹ "Boletín de la Tarjeta Postal Ilustrada" n°19. Barcelona, Julio 1902. Pág. 179
- ¹¹² TEIXIDOR, Carlos. 1999. op.cit. Pág. 17
- ¹¹³ PINTO, Alfonso. Op.cit. Pág. 27
- ¹¹⁴ "Alrededor del Mundo" n°67. Madrid 20 septiembre 1900. Págs. 222-223
- ¹¹⁵ "España Cartófila" n°6. Barcelona, diciembre 1901. Pág. 51
- ¹¹⁶ CARRASCO MARQUÉS, Martín. Op.cit. Pág. 455
- ¹¹⁷ "Boletín de la Tarjeta Postal Ilustrada" n°7. Barcelona, Julio 1901
- ¹¹⁸ "Nuevo Mundo" n° 780. Madrid, 17 de noviembre de 1908. Pág. 3
- ¹¹⁹ BERGA y BOADA, en "España Cartófila" n°15. Barcelona, septiembre de 1902. Pág. 105
- ¹²⁰ "Boletín de la Tarjeta Postal Ilustrada" n°6. Barcelona, Junio de 1901. Pág. 45
- ¹²¹ "Boletín de la Tarjeta Postal Ilustrada" n°20y21. Barcelona, agosto/septiembre de 1902. Pág. 198
- ¹²² "La Ilustración Española y Americana". n° 30, año XLIX. Madrid, agosto de 1905. Pág. 91

- 123 “Boletín de la Tarjeta Postal Ilustrada” nº9. Barcelona, septiembre de 1901. Pág. 72
- 124 CAVIA, Mariano de. “El Imparcial” nº 13.741. Madrid 29-6-1905. Pág. 1
- 125 FERNANDEZ RIVERO, Juan Antonio. Op.cit. Págs. 162-163
- 126 TEIXIDOR, Carlos. Op.cit. Pág. 86 y sig.
- 127 “Boletín de la Tarjeta Postal Ilustrada” nº 17. Barcelona, mayo 1902. Págs. 154-155
- 128 TRAPIELLO, Andrés. En CARRASCO MARQUÉS, Martín (2004). Op. cit. Págs. 7-10
- 129 “La España Moderna”. Madrid, 1 de noviembre 1906. Año 18, tomo 215. Pág. 196
- 130 BOURGEOIS, Claude y otro. Op.cit. Pág. 22
- 131 VARGAS, J. en BTPI nº12. Barcelona, diciembre 1901. Pág. 91
- 132 “España Cartófila” nº8. Barcelona, marzo 1902. Pág. 29
- 133 “Boletín de la Tarjeta Postal Ilustrada” nº4. Barcelona, abril 1901. Pág. 33
- 134 DURAN BORÍ, Salvador, en BTPI nº 24. Barcelona, diciembre 1902. Pág. 204
- 135 TEIXIDOR, Carlos. Op.cit. p.11-12
- 136 “Boletín de la Tarjeta Postal Ilustrada” nº2. Barcelona, febrero 1901. Pág. 16
- 137 “Boletín de la Tarjeta Postal Ilustrada”. nº4. Barcelona, abril 1901. Pág. 39
- 138 “Boletín de la Tarjeta Postal Ilustrada” nº6. Barcelona, junio 1901. Pág. 43
- 139 “Alrededor del Mundo”. Madrid, nº 215, julio de 1903. Pág. 47
- 140 “España Cartófila”. nº6. Barcelona, diciembre 1901. Pág. 61
- 141 “Boletín de la Tarjeta Postal Ilustrada” nº17. Barcelona, mayo 1902. Pág. 159
- 142 “Boletín de la Tarjeta Postal Ilustrada”. nº4. Barcelona, abril 1901. Pág. 40
- 143 “Boletín Cartófilo Artístico-Literario” nº4 (28 del BTPI) Barcelona, octubre 1903. Pág. 1
- 144 “Alrededor del Mundo”. Madrid, nº 88, marzo de 1901. Pág. 189
- 145 “La Ilustración Artística” Barcelona, nº 1033, 14 de octubre de 1901. Pág. 666
- 146 “Alrededor del Mundo”. Madrid, nº 207, mayo de 1903. Pág. 324
- 147 “Boletín de la Tarjeta Postal Ilustrada” nº17. Barcelona, mayo 1902. Pág. 158
- 148 “España Cartófila” nº8. Barcelona, febrero 1902. Pág. 24

- ¹⁴⁹ “España Cartófila” nº17. Barcelona, noviembre 1902. Pág. 121
- ¹⁵⁰ CARRASCO MARQUÉS, Martín. “Las tarjetas postales ilustradas de España circuladas en el S.XIX”. Edifil, Madrid, 2004. Pág. 230
- ¹⁵¹ CARRASCO MARQUÉS, Martín. 1992. Op.cit. Págs. 28-55
- ¹⁵² RAMIREZ CEPEDA, Manuel. “La gestación del ferrocarril de la M.Z.A. Sevilla-Huelva”, en “Los Ferrocarriles en la provincia de Huelva. Un recorrido por el pasado”, obra colectiva dirigida por ROMERO MACÍAS, Emilio. Universidad de Huelva, 2007. Págs.96-98
- ¹⁵³ CHAPELA CABRERA, Patricia. “Los muelles proclaman la realidad del Puerto (1873-1960)”, en “El Puerto de Huelva. Historia y Territorio” dir. MONTEAGUDO, Jesús. Puerto de Huelva, 1999. Pág.97
- ¹⁵⁴ GONZÁLEZ VILCHEZ, Miguel. “El Muelle de Río Tinto”. Instituto de Estudios Onubenses “Padre Marchena”. Huelva, 1978. Pág.40
- ¹⁵⁵ “Boletín de la Tarjeta Postal Ilustrada” nº24. S. Durán Borí. Diciembre, 1902. Pág. 239
- ¹⁵⁶ “Guía de Huelva y su provincia para 1901” Op.cit. Pág. 127
- ¹⁵⁷ PÉREZ LÓPEZ, Juan Manuel. “Ferrocarriles y Minas: Los sectores de inversión de los capitales extranjeros”, en “Los Ferrocarriles en la provincia de Huelva. Un recorrido por el pasado”, obra colectiva dirigida por ROMERO MACÍAS, Emilio. Universidad de Huelva, 2007. Pág. 62
- ¹⁵⁸ “Guía de Huelva y su provincia para 1901”. Op cit. Págs. 108-124
- ¹⁵⁹ “Guía de Huelva y de su provincia 1906”. Ed. José A. de los Reyes y Antonio José Páez. Imprenta de A. Moreno Garrido. Págs. 285-305
- ¹⁶⁰ “Guía ... 1917” Op.cit. Págs. 337-350
- ¹⁶¹ “Guía Oficial de Huelva y su provincia” Ed. Tomás Bernardez. Huelva, 1926. Imprenta Rafael Mojarro. Págs. 225-289.
- ¹⁶² Periódico “La Provincia”. Vda. de Muñoz e hijos. Huelva. Ejemplares días alternos, del 2 al 31 de Enero de 1907, del 2 de febrero al 28 de febrero de 1908, y del 2 de marzo al 30 de marzo de 1909.
- ¹⁶³ ORTEGA PÉREZ, Angel. “La Rábida. Historia documentada y crítica”. Sevilla, 1925. Pág. 164

- ¹⁶⁴ VENCE DE CAMPO DE MATO, León. “Guía histórica ilustrada del Monasterio de Santa María de La Rábida”. Biblioteca franciscana, Barcelona 1929. Págs. 84-91
- ¹⁶⁵ GARCÍA, Sebastián “La Rábida, pórtico del nuevo mundo”. Comunidad franciscana del Convento de Santa María de La Rábida. Sevilla, 1998. Págs. 29-37, 84-95.
- ¹⁶⁶ ESPINA, Concha “El metal de los muertos”. Universidad de Huelva. Huelva, 1998. Pág. 57
- ¹⁶⁷ GONZÁLEZ VILCHEZ. Op.Cit. Págs. 29-41
- ¹⁶⁸ VELAZQUEZ BOSCO, Ricardo “El Monasterio de Ntra.Sra. de La Rábida”. Inst. de Estudios Onubenses. Huelva, 1975. Pág. 35
- ¹⁶⁹ DIAZ HIERRO, Diego. “Historia de las calles y plazas de Huelva”. Ayuntamiento de Huelva, 1990. Págs. 177-234.
- ¹⁷⁰ ALVAREZ CHECA, José y otros “Guía de la Arquitectura de Huelva”. Colegio Oficial de Arquitectos de Huelva. Huelva, 2002. Pág. 84
- ¹⁷¹ “Guía de Huelva y su provincia para 1892” Ed. José Mereló y Casademunt. Imprenta Vda. de Muñoz e hijos. Huelva 1891. Pág. 79
- ¹⁷² DIAZ HIERRO, Diego. Op.cit. Págs. 41-63.
- ¹⁷³ <http://www.eldesastredel98.com/capitulos/caribe7.htm> ; <http://vidamaritima.com/2008/11/el-bravo-diego-velazquez/> 15/04/2011
- ¹⁷⁴ La Provincia, 4 de agosto de 1904. Pág. 2
- ¹⁷⁵ CHAPELA, Patricia “Los muelles proclaman la realidad del puerto (1873-1960)”, en “El Puerto de Huelva, Historia y Territorio”. Autoridad Portuaria de Huelva. Huelva, 1999. Pág. 108
- ¹⁷⁶ CHAPELA, Patricia. Op.cit. Pág. 104
- ¹⁷⁷ La Provincia. Huelva, 16 de marzo de 1880. Pag.2
- ¹⁷⁸ RAMIREZ CEPEDA, Manuel “La gestación del Ferrocarril de la M.Z.A. Sevilla-Huelva” en “Los ferrocarriles en la provincia de Huelva. Un recorrido por el pasado” director: ROMERO, Emilio. Universidad de Huelva. Huelva, 2007. Págs. 77-104
- ¹⁷⁹ Cuadernos del Archivo Histórico Ferroviario. Nº 4/2009. Fund. de los Ferrocarriles Españoles. Págs. 8-11
- ¹⁸⁰ DIAZ HIERRO, Diego. Op.cit. Págs. 87-103.

- ¹⁸¹ CHAPELA, Patricia. Op.cit. Pág. 98
- ¹⁸² Archivo Histórico Municipal de Huelva. Acta de la sesión capitular del Cabildo de fecha 15-9-1893.
- ¹⁸³ DIAZ HIERRO, Diego. Op.cit. Pág. 450
- ¹⁸⁴ SUGRAÑES GOMEZ, E. J. "Plazas de Toros de la ciudad de Huelva". Fund. El Monte. Huelva, 2005. Págs. 49-52
- ¹⁸⁵ "Pan y Toros" nº87. Madrid, Noviembre, 1897. Pág. 11
- ¹⁸⁶ Archivo Arzobispal de Sevilla (A.S.S.), Visitas pastorales de Huelva, legajo 1345. Citado por IZQUIERDO LABRADO, Julio "Las actividades pesqueras en el litoral central onubense entre los siglos XV y XVIII", en "La Pesca en el Golfo de Cádiz: El aprovechamiento de los recursos marinos en la costa onubense (siglos XV-XX)" Junta de Andalucía. Consejería de Agricultura y Pesca. Sevilla, 2009. Pág. 88
- ¹⁸⁷ CHAPELA CABRERA, Patricia. Op.cit. Pág. 105
- ¹⁸⁸ SALKIELD, Leonard "Notes on the modern history of The Rio Tinto Mines". Pag. 94. Manuscrito inédito, citado en GONZALEZ VILCHEZ, Miguel "Historia de la arquitectura inglesa en Huelva". Universidad de Sevilla, 1981. Pág. 255.
- ¹⁸⁹ LARA RÓDENAS, Manuel José, y otros "La Merced. Cuatro siglos de historia". Vicerrectorado de los centros universitarios de Huelva. 1991. Pág. 26
- ¹⁹⁰ DIAZ HIERRO, Diego. Op. cit. Págs. 272-276
- ¹⁹¹ GONZALEZ VILCHEZ, Miguel y OROZCO, Guillermo "La adaptación arquitectónica de nuestros días", en LARA RÓDENAS, Manuel José, y otros "La Merced. Cuatro siglos de historia". Vicerrectorado de los centros universitarios de Huelva. 1991. Págs. 84-85
- ¹⁹² "Cinta Coronación", varios autores. Hermandad de Nuestra Señora de la Cinta. Huelva, 1992. Págs. 33-37

un
i Universidad
Internacional
de Andalucía
A

www.unia.es

Premio

de Estudios
Onubenses
La Rábida 3

La Universidad Internacional de Andalucía con la puesta en funcionamiento de la Cátedra Fundación Atlantic Copper trata de hacer realidad el acercamiento entre Universidad, Empresa y Sociedad, impulsando actividades docentes, académicas, culturales e investigadoras encaminadas a potenciar la ejecución de los fines coincidentes de ambas instituciones. Con este PREMIO DE ESTUDIOS ONUBENSES “LA RÁBIDA”, se pretende contribuir a incentivar la investigación y la transmisión del conocimiento en el ámbito universitario onubense. Se trata de una convocatoria anual, cuyos trabajos versarán sobre algún aspecto de la realidad onubense (Huelva y su provincia) en áreas coincidentes con los ejes temáticos prioritarios de la UNIA: medioambiente y sostenibilidad, turismo, ordenación del territorio y desarrollo local sostenible, cooperación y relaciones internacionales, biomedicina y biotecnología, nuevas tecnologías, innovación educativa y pensamiento crítico.

