

CARTA DE AUTORIZACIÓN DE LOS AUTORES PARA LA CONSULTA, LA REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL, Y PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DEL TEXTO COMPLETO.

Bogotá, D.C., Fecha

Señores BIBLIOTECA GENERAL Ciudad

Estimados Señores:

Marque con una X Tesis Trabajo de Grado

Yo (X) (nosotros) ()

Laura Bibiana Gonzalez Hernández, identificado(s) con C.C. No. 1032446503, autor(es) de la tesis y/o trabajo de grado titulado ENTRE EL ZINC Y EL OLVIDO presentado y aprobado en el año 2013 como requisito para optar al título de PUBLICIDAD; autorizo a la Biblioteca General para que con fines académicos, muestre al mundo la producción intelectual de la Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano, a través de la visibilidad de su contenido de la siguiente manera:

1. Los usuarios puedan consultar el contenido de este trabajo de grado en la página Web de la Facultad, de la Biblioteca General y en las redes de información del país y del exterior, con las cuales tenga convenio la Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano.
2. Permita la consulta, la reproducción, a los usuarios interesados en el contenido de este trabajo, para todos los usos que tengan finalidad académica, ya sea en formato CD- ROM o digital desde Internet, Intranet, etc., y en general para cualquier formato conocido o por conocer. De conformidad con lo establecido en el artículo 30 de la Ley 23 de 1982 y el artículo 11 de la Decisión Andina 351 de 1993, **“Los derechos morales sobre el trabajo son propiedad de los autores”**, los cuales son irrenunciables, imprescriptibles, inembargables e inalienables.
3. Firma y documento de identidad Firma y documento de identidad

ENTRE EL ZINC Y EL OLVIDO. COMUNICACIÓN VISUAL
PERSUASIVA A TRAVÉS DE LAS ESTAMPILLAS
COLOMBIANAS ENTRE 1900 Y 1920

AUTOR

LAURA GONZÁLEZ HERNANDEZ

UNIVERSIDAD JORGE TADEO LOZANO

FACULTAD DE PUBLICIDAD

BOGOTÁ

2013

ENTRE EL ZINC Y EL OLVIDO. COMUNICACIÓN VISUAL

PERSUASIVA A TRAVÉS DE LAS ESTAMPILLAS

COLOMBIANAS ENTRE 1900 Y 1920

TRABAJO DE GRADO POR OPTAR A TÍTULO DE PROFESIONAL

EN PUBLICIDAD

AUTOR

LAURA GONZÁLEZ HERNANDEZ

DIRECTOR

PHD. JAIRO ALFREDO BERMUDEZ CASTILLO

UNIVERSIDAD JORGE TADEO LOZANO

FACULTAD DE PUBLICIDAD

BOGOTÁ

2013

Nota de aceptación.

Firma del presidente del jurado

Firma del jurado

Firma del jurado

Bogotá, noviembre -2013

Dedicatoria

A todos quienes con su esfuerzo y dedicación se han suministrado preguntas, las cuales se empeñan a investigar empíricamente, culminando así sus mas profundos propósitos y entendiendo su propias esencia y sus propias circunstancias en su entorno investigativo. A todas las personas pertenecientes al área de publicidad y áreas afines quienes con su esfuerzo y dedicación a la profesión, han inspirado en mi un el amor que siento hoy por lo que hago.

Agradecimientos

Quiero agradecerle a mi familia, por apoyar todas mis decisiones. A el semillero de investigación de la facultad de publicidad, el cual inspiro en mi el motivo de esta investigación. A Jairo Bermúdez Catillo por sus importantes aportes al proyecto de investigación.

RESUMEN

El presente trabajo hace parte de un proyecto de investigación real, de la universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano, sobre la historia y el desarrollo de la filatelia y la impresión de postales en Colombia entre 1900-1920, donde se pretende llegar por medio de la historiografía de la filatelia Colombiana en este periodo de estudio. Así se quiere explicar una relación entre la actividad publicitaria actual y su antecedente en las piezas gráficas, estampillas, creadas e impresas en el país en las primeras do décadas, ya que este fue un medio de comunicación masivo al llegar a los sobres de los correos de todos lo rincones del país, en un tiempo, en el que los colombianos fueron constantes consumidores del material filatélico por la necesidad de uso que implicaron tanto el entorno social y cultural como el entorno comercial en el que la nación sembró las bases para su desarrollo, en este caso, al rededor de la carta y la correspondencia, lo que hace a la estampilla, un componente indispensable de la visual publicitaria que circuló en el país entre 1900 y 1920. Este proyecto está inscrito en la línea de investigación: Publicidad: Historia y teoría, que dirige el Doctor Jairo Bermúdez Castillo, profesor de tiempo completo del Programa de Publicidad.

Palabras claves

Publicidad.
Estampillas.
Postales.

Resumen

La intención es parte de un proyecto real, de la Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano, sobre la historia y el desarrollo de la filatelia en Colombia entre 1900-1920, se pretende llegar a través de publicidad a la investigación y la comunicación visual, intencional y persuasiva en el campo de la filatelia en estas fechas.

Abstract

The intention is part of a real project, from the University of Bogotá Jorge Tadeo Lozano, about the history and development of philately in Colombia between 1900-1920, we pretend to come through late research advertising and visual communication, intention and persuasive .in the field of philately in these dates.

Key words

Advertising
Postcards
stamps

Campo: Publicidad.

Tema: Publicidad y filatelia

Objeto de estudio: Publicidad y estampillas en Colombia entre 1900-1920.

Tabla de contenido

1. INTRODUCCIÓN	10
1.1 TÍTULO DEL PROYECTO	11
1.2 PROBLEMA.....	11
1.3 OBJETIVOS.....	12
1.3.2 <i>Objetivos específicos:</i>	12
1.4 JUSTIFICACIÓN	13
1.5 HIPÓTESIS	13
1.6. DISEÑO DE METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN	13
1.6.1. <i>Tipo de Investigación</i>	13
1.7 CRONOGRAMA.....	15
1.8 PRESUPUESTO	16
1.9 ESTADO DEL ARTE.....	17
BIBLIOGRAFÍA:	18
2. CAPÍTULO UNO	23
2.1 MARCO HISTÓRICO	23
2.2 MARCO LEGAL	24
3. CAPÍTULO DOS:	26
3.1.1 <i>Contexto social</i>	26
3.1.2 <i>Contexto artístico</i>	27
3.1.3 <i>Los correos en Colombia</i>	52
3.1.3 <i>Técnicas de impresión e implementos filatelicos</i>	54
4.1 CONCLUSIONES.....	¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.

1. INTRODUCCIÓN

La construcción de este proyecto investigativo es eficaz no solo con fines visuales, e informativos sino que hace parte de un recopilado en la historia Colombiana de los procesos industriales y las técnicas de comunicación visual intencional que se empleaban en Colombia, los cuales han sido olvidados o dejados a un lado en la historia. La investigación que aquí se plantea, parte de la necesidad de crear y constituir un libro sobre la historia de la publicidad en Colombia, entre 1900 y 1920 ya que no existe registro alguno de esta actividad específica en Colombia la cual desprende de una necesidad de comunicar y ser comunicado intencionalmente. En este proyecto se extraerán síntesis y diseños de piezas informativas en la filatelia Colombiana que de una manera gráfica, satisfacen el requerimiento del proyecto siendo informativas.

Este proyecto de grado pertenece al grupo de publicidad, historia, teoría y creatividad de la Universidad Jorge Tadeo Lozano llamado historia de la publicidad entre 1900 y 1920. Dentro de este programa, se encuentra situado dentro de la rama de “Publicidad, historia, teoría y creatividad” y hace parte de la línea de investigación de “Historia y teoría” del profesor Jairo Bermúdez.

1.1 TÍTULO DEL PROYECTO

ENTRE EL ZINC Y EL OLVIDO. COMUNICACIÓN VISUAL PERSUASIVA A TRAVÉS DE LAS ESTAMPILLAS COLOMBIANAS ENTRE 1900 Y 1920

La intención hace parte de un proyecto real, de la universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano, sobre la historia y el desarrollo de la filatelia en Colombia entre 1900-1920, donde se pretenderá llegar por medio de la investigación a fines de intención publicitaria

1.2 PROBLEMA

¿Cuál fue la comunicación visual intencional a través de la filatelia en Colombia en 1900-1920, que apporto al desarrollo socio-cultural, e industrial nacional?

Familiarizarse con un objeto que hasta el momento le era totalmente desconocido, sirve como base para la posterior realización de una investigación descriptiva, el cual puede crear el interés por el estudio de un nuevo tema o problema y puede ayudar a precisar un problema o a concluir con la formulación de la hipótesis con la ayuda del los siguientes pasos:

1. Explorar.
2. Preguntar.
3. Buscar.
4. Evaluar.
5. Ordenar.
6. Escribir.
7. Citar.

Las fuentes se trabajarán en archivos, hemerotecas y en libros antiguos. Estos están por ejemplo, ubicados en la colección de la Sala de Libros Raros y Manuscritos de la Biblioteca Lusi Ángel Arango de Bogotá, en la Hemeroteca Luis López de Mesa, en la Biblioteca Nacional de Colombia, en Museos y colecciones de agencias de publicidad.

1.3 OBJETIVOS

1.3.1 Objetivo general:

Explicar la filatelia en Colombia en 1900-1920 como medio de comunicación visual persuasiva a través de las estampillas colombianas, las cuales, aportaron al desarrollo socio-cultural, e industrial nacional.

1.3.2 Objetivos específicos:

1.3.2.1 Investigar cuales fueron las estampillas producidas en Colombia entre 1900 y 1920.

1.3.2.2 Explicar las estampillas como un medio de comunicación visual persuasiva.

1.3.2.3 Determinar como fue el aporte de la filatelia al desarrollo socio-cultural e industrial nacional.

1.4 JUSTIFICACIÓN

El presente hace parte de un proyecto real, de la universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano, sobre la comunicación visual persuasiva a través de las estampillas en Colombia entre 1900-1920, donde tendré la oportunidad de ser la autora de un capítulo dentro del proyecto sobre la filatelia producida en Colombia en las dichas fechas establecidas, el producto final el cual consta de un libro, la información recolectada beneficiará a la comunidad de investigación estudiantil en el campo de la publicidad, a parte de sumar patrimonio desde el área académica, hacia la humanidad, pues, la historia y la publicidad pertenecen a todo ser humano como marca de la ciudadanía terrestre.

1.5 HIPÓTESIS

La comunicación visual persuasiva a través de las estampillas en Colombia entre 1900 y 1920, fue un motor de desarrollo socio-cultural e industrial nacional.

1.6. DISEÑO DE METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN

Esta es una investigación de carácter histórico, la cual pretende perseguir y recolectar información sobre las estampillas en colombiana entre 1900 y 1920. La técnica principal de extracción será la fotografía para la búsqueda y referencia de objetos de estudio, que permitan observar la relación entre la publicidad, lo socio-cultural y lo industrial.

1.6.1. Tipo de Investigación

Para poder empezar una investigación, es muy importante determinar cuál será la metodología indicada para que el proyecto pueda realizarse de manera completa y exitosa.

Es por esta razón que se determina que la metodología que será aplicada para este trabajo, es la del método inductivo; esto quiere decir que se hará una investigación que parte de lo específico y va hacia lo genérico, dándole un enfoque en una investigación cualitativa; De tal manera que por medio del proyecto se entenderá cada tiempo en perspectiva desde su propia esencia y circunstancias buscando así la comprensión de la filatelia como producción con sus respectivos aportes al campo visual intencional en Colombia.

De modo que empleando el método inductivo al proyecto, este se caracterizará por tener las cuatro etapas básicas características, la observación y registro de todos los hechos, el análisis y clasificación de los hechos establecidos en Colombia mediante el fin, la derivación inductiva de una generalización partir de la investigación y por último la contrastación.

Citando lo anterior con respecto al proyecto, en una primera etapa del mismo se deberán observar y registrar los antecedentes del proceso en Colombia de filatelia entre 1900 y 1920 para luego analizarlos y clasificarlos en un respectivo orden.

A partir de los datos clasificados y ordenados será derivada una hipótesis, la cual, solucionará el problema basada en el análisis lógico de dichos datos la cual se hará siguiendo un razonamiento

inductivo, deduciendo una implicación contrastadora de hipótesis.

Ya que el presente proyecto es una investigación cualitativa es necesario considerar habilidades de comprensión, análisis, abstracción y conceptualización para conocer los estados previos y la estructura del tema.

Con respecto al nivel de teoría, en el presente proyecto se empleará el nivel micro donde hallamos las hipótesis de trabajo las cuales requieren ser contrastadas y verificadas.

Según Stauss y Corbin (2002), “proponen también la famosa técnica de elaboración de teorías fundamentadas, cuyo referente en las ciencias sociales data de los años sesenta, y fue propuesto por Ánselm Strauss y Barney Glaser, en contraposición a las teorías estructuralistas y funcionalistas de la época. El concepto teoría fundamentada y su método de construcción parecen confusos, pero lo relevante es que la propuesta se orienta al diseño y creación de “...una teoría derivada de datos recopilados de manera sistemática y analizados por medio de un proceso de investigación” (Strauss y Corbin 2002,13).

Aplicando lo anterior al proyecto este será desarrollador de habilidades un completa sensibilidad crítica y analítica en la investigación del fenómeno felilatelista Colombiana en 1900 y 1920, con fines visuales persuasivos e intencionales.

Ramírez (2010:65) “explicó que la metodología El trabajo de gabinete o de archivo es esencial al momento de recolectar información destinada a la realización de un trabajo historiográfico”

1.7 CRONOGRAMA

ACTIVIDADES	PLANEACIÓN AÑO 2013 PRIMER Y SEGUNDO SEMESTRE											
	ABRI	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OC	NOV	DIC	ENE	FEB	MAR
FASE I												
Recolección de información	■											
Redacción y revisión		■										
Presentación			■									
FASE II												
Elaboración de anteproyecto				■								
Producción de contenidos					■							
Tabulación de datos						■						
Presentación							■					
FASE III												
Elaboración de documento oficial								■				
Redacción y revisión									■			
Presentación de documentos										■		

1.8 PRESUPUESTO

Proyecto financiado por: Laura Gonzalez

Capacitación	Investigación Publicitaria	\$970.000
	Trabajo de grado	\$970.000
Salario		11'900.000
Servicios	Luz	\$950.000
	Agua	\$270.000
	Internet	\$720.000
Viáticos	Bus	\$720.000
	Lunch	\$900.000
Fotocopias		\$300.000
Corrector de estilo		\$200.000
Libros		\$300.000
Compra de estampillas		\$100.000
Carnetización		\$80.000
Libros de investigación		\$200.000
Impresiones		\$30.000
TOTAL		18'610,000

1.9 ESTADO DEL ARTE

Sobre el tema se han realizado algunas aproximaciones, que son más bien catálogos o compilados de piezas publicitarias, o, en el mejor de los casos, textos que plantean una historia publicitaria norteamericana o europea. En Colombia se consiguen las publicaciones hechas por José María Raventós, que precisamente abordan una historia publicitaria por productos presentados a manera de álbum y que carecen de una reflexión crítica o teórica enmarcadas en alguna estructura temporal o hechos que generen alguna periodización. Bibliotecas, casas de antigüedades, centros de comunicaciones, grupos filatelistas.

BIBLIOGRAFÍA:

Cronología de la filatelia colombiana, Banco de la Republica, Medellín, 2001, p.,37.

Arango Jaramillo, M., Peinado Navarro, A., & Santa María Alvarez, J. (1996). *Comunicaciones y correos en la historia de colombia y antioquia*. Santafé de Bogotá: Gente Nueva.

Arango Jaramillo, M., Peinado Navarro, A., & Santa María Alvarez, J. (1996). *Comunicaciones y correos en la historia de colombia y antioquia*. Santafé de Bogotá: Gente Nueva.

Arévalo Gutiérrez, C. A. (2001). *Las postales publicitarias: Un medio no tradicional para una generación no tradicional*. Bogotá: Ujtl.

Baez y Perez de Tudela, Juan. (2007). *Investigación cualitativa*. Madrid: Esic.

Báez y Pérez de Tudela, Juan. (2009). *Investigación cualitativa* (2a ed.). Madrid: Esic.

Canon Rodriguez, H. (1968). *Plan nacional de los servicios postales en colombia 1968 - 1972*. Bogota: Ujtl.

Cifuentes Gil, R. M. (2011). *Diseño de proyectos en la investigación cualitativa*. Buenos Aires; México: Noveduc Libros; Ediciones Novedades Educativas de México.

Colombia. Ministerio de Comunicaciones. Administración Postal Nacional. (1968). *Plan nacional de desarrollo de los servicios postales en colombia, 1968-1970: Estudio de factibilidad*. Bogotá: Imprenta Nacional.

Colombia. Ministerio de Correos y Telégrafos. (1946). *Reglamentos postales, telegráficos y telefónicos de la república de colombia*. Bogotá: Imprenta Nacional.

Colombia. Ministerio de Cultura. (2003). *Medios y nacion: Historia de los medios de comunicacion en colombia*. Bogotá: Aguilar.

Duque López, P. J., & Reyes Sarmiento, C. A. (2010). Adaptación criolla del cartel: Creatividad en la gráfica colombiana de los años 30.

Durán Vargas, L. E., Garzón Caicedo, A. P., & González Morales, C. P. (2001). *Aplicabilidad de la iconografía precolombina colombiana al diseño de piezas gráficas publicitarias*. Bogotá: Ujtl.

Durán Vargas, L. E., Garzón Caicedo, A. P., & González Morales, C. P. (2001). *Aplicabilidad de la iconografía precolombina colombiana al diseño de piezas gráficas publicitarias*. Bogotá: Ujtl.

Escorihuela, A. (2008). *El viaje: De la A a la Z en 27 falsas estampas*. Sevilla: Kalandraka.

Espejo Restrepo, L. (2012). *Diseño en contexto*. Bogotá: Ujtl.

Galeano M., M. E. (2004). *Diseño de proyectos en la investigación cualitativa*. Medellín: Fondo Editorial Universidad Eafit.

Gómez Muñoz, I. (2001). *Utilización del diseño y mitología indígena en la publicidad como medio para rescatar la identidad cultural colombiana*. Bogotá: Ujtl.

Harmer, G. R. (1964). *Scott's standard postage stamp catalogue*. New York: Scott Publications.

Atlas básico de Colombia. Instituto Geográfico "Agustín Codazzi" (Director). (1989).[Video/DVD] Bogotá: Igac.

Instituto Geográfico Agustín Codazzi, Sociedad Geográfica de Colombia, & Academia de Ciencias Geográficas. (2008). *Diccionario de gentilicios de Colombia*. Bogotá: Imprenta Nacional de Colombia.

Langford, J., Sevillano Ureta, M. J., & Howes, J. (1998). *Plata: Guía práctica para coleccionar objetos de plata e identificar sellos de contraste*. Madrid: Edimat.

Llano Isaza, R. (2006). *Las sociedades económicas de amigos del país "SEAP": 240 años de fecunda historia política y social*. Medellín: Teoría del Color.

Martínez Miguélez, M. (2006). *Ciencia y arte en la metodología cualitativa* (2a ed.). México: Trillas.

Merriam, S. B., Caffarella, R. S., & Baumgartner, L. (2007). *Learning in adulthood: A comprehensive guide* (3rd ed.). San Francisco: Jossey-Bass.

Muñoz Ruiz, D. P. (1995). *Estudio exploratorio sobre el uso de la investigación cualitativa en santafé de bogotá*. Bogotá: Ujtl.

Obregon, E. (1963). *Filatelia: Timbres, sellos y estampillas*. Mexico: Uteha.

Postcard graphics (1994). . Tokyo: P.I.E. Books.

Postcard graphics : The best advertising and promotion design (1997). . Rockport, Massachusetts: Rockport Publishers.

Raventós Rabinat, J. M. (2011). *Cien años del comercio en Colombia: A través de la publicidad*.

Bogotá: Éxito.

Raventós Rabinat, J. M., 1940-. (2010). *100 años de la moda en Colombia a través de la comunicación*. Bogotá : Promograf E.U.,2010:

Raventós Rabinat, J. M., Cortés C., M. I., & Betancourt U., J. D. (1992). *Historia de la publicidad gráfica colombiana*. Santafé de Bogotá: Ediciones y Eventos FCB/Puma.

Raventós, J. M. (2008). *100 años del sector financiero en Colombia a través de la comunicación*.

Bogotá: Promograf.

Rodríguez Cortes, C. M., Jiménez Becerra, J. G., Ortiz Arévalo, C. P., Rodríguez Forero, J., &

Carrillo Rodríguez, A. (1995). *Creatividad: Factor de éxito*. Santafé de Bogotá: Ujtl.

Rueda, M. I., & Ministerio de Cultura. Creación Artística. (2009). *Más allá*. Bogotá: Ministerio de Cultura.

Sánchez Torres, C. A., Ibañez Parra, Ó., & Cabanzo, D. (2010). *La teoría del acto administrativo en Colombia y las tecnologías de la información y las comunicaciones*. Bogotá: Universidad

Sergio Arboleda : Biblioteca Jurídica Diké.

Strauss, A. L., & Corbin, J. M. (2002). *Bases de la investigación cualitativa: Técnicas y procedimientos para desarrollar la teoría fundamentada*. Medellín: Universidad de Antioquia.

Tellez B., H. (1981). *Cincuenta años de publicidad colombiana*. Bogotá: Gente Nueva.

Toro Jaramillo, I. D., & Parra Ramírez, R. D. (2010). *Fundamentos epistemológicos de la investigación y la metodología de la investigación: Cualitativa cuantitativa*. Medellín: Fondo Editorial Universidad EAFIT.

Reflejos 21. Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano. Departamento de Audiovisuales (Director). (2007).[Video/DVD] Bogotá: Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano. Departamento de Audiovisuales.

Reflejos 21. Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano. Departamento de Audiovisuales (Director). (2007).[Video/DVD] Bogotá: Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano. Depar

Técnicas de impresión filatélicas de Colombia entre 1900 y 1920
http://es.wikipedia.org/wiki/Sello_postal#M.C3.A9todos_de_impresi.C3.B3n

2. CAPÍTULO UNO

Las estampillas y el desarrollo socio-cultural en Colombia entre 1900 y 1920.

Para entender un precisión la comunicación visual persuasiva por medio de las estampillas es necesario hacer un recorrido histórico por medio de las situaciones Colombianas en dicho contexto. La historia filatélica colombiana es rica en acontecimientos importantes en la historia así como también reveladora de hechos importantes, interesantes y también curiosas facetas de nuestro pasado. Se despliega un importante recuento histórico para comprender mejor la situación de los correos en Colombia y las primeras generaciones de estampillas, las cuales denotan un importante aporte a la cultura del país por medio de la comunicación y las situaciones generadas a partir de su intención, llegando a cada rincón del país con intereses diferentes e intenciones comunes; la construcción de una línea cronológica plantea los diferentes escenarios históricos que el país afrontó desde pérdidas lamentables en los correos colombianos hasta elementos culturales nuevos para la época, inmensamente significativos en la cultura.

2.1 MARCO HISTÓRICO

El inglés Rowland Hill fue el inventor de la estampilla en 1837, como un sello postal que se adicionó y fue pegado a los correos. Ello fue una solución al problema que representaba el sistema de pago anticipado de los correos, que carecía de una tasa de pago uniforme para el franqueo. Posteriormente, en 1839, la Reina Victoria aprobó la propuesta de Hill y ésta entró en vigencia a partir del primero de enero de 1840. (Castillo, 1997:p.,67).

En América, su uso fue evidenciado en Brasil en el año de 1843; luego, en la Confederación Granadina (Hoy Colombia), la estampilla hizo su aparición en 1859, como consecuencia de la venta de sellos postales. Así se dio inicio a una colección filatélica única que tuvo su desarrollo propio en el país y que es el objeto de estudio que estamos presentando en esta investigación.

El Banco de la República abrió en la ciudad de Medellín, el 6 de junio de 1977, las puertas del Museo Filatélico, con el fin de conservar, estudiar y difundir la colección filatélica recibida de la Administración Postal Nacional, la cual ha recibido aportes por diversos medios.

Las primeras estampillas las recibió el despacho del administrador de correos, el primero de agosto de 1859 en la ciudad de Bogotá en donde el motivo de los sellos fueron el escudo de la confederación Granadina, con valores faciales de dos y medio, cinco, diez y veinte centavos.

La segunda emisión de estampillas fue impresa en Bogotá por Daniel Ayala e Ignacio Medrano, según contrato de fecha 25 de mayo de 1860 también con el escudo de la Confederación Granadina.

2.2 MARCO LEGAL.

Es necesario un análisis legal de los correos, en la apreciación de la comunicación intencional, visual y persuasiva en Colombia entre 1900 y 1920, ya que por medio de ella se evidencian las características y cualidades de cada sello postal y el porqué de cada uno. Es de gran importancia resaltar la situación económica del país, reflejada en el comercio y los países límites de Colombia, para entender la descripción gráfica de las estampillas y su uso reglamentado en esta época específica de la historia.

Capítulo 1. Art: el gobierno general de la confederación establecerá correos que pongan en comunicación:

1. A la capital de la confederación con las capitales de los estados que las constituyen;
2. A la capital de la confederación con las capitales de los distritos de hacienda;
3. A la capital de la confederación con los puntos en que esta tenga aduanas o salininas en explotación.
4. A las capitales de los distritos de hacienda con los puntos del respectivo distrito en que haya aduanas o salinas que se exploten por cuenta de la confederación.
5. A los puntos de alguna importancia por su población y su comercio, por medio de líneas directas o transversales, unidas a las principales, según los requieran las circunstancias.

Parágrafo 1º: Las líneas que se establezcan hacia el norte y sur de la confederación, se prolongarán hasta las fronteras de Venezuela y Ecuador.

Parágrafo 2º: La línea del Atlántico que llegue a Cartagena, se extenderá hasta bocas del Toro y las islas de San Andrés y Providencia.

Art 2º: El servicio de correo no será un monopolio de la confederación; por consiguiente los estados y compañías o individuos particulares, pueden tenerlos aún en las mismas líneas que establezca el gobierno general.

Parágrafo: No obstante lo dispuesto en este artículo la correspondencia que llegue a los istmos del Darién y Panamá del territorio de la confederación y de los países extranjeros, no podrán conducirse por los correos en que aquellos istmos establezcan los estados y los particulares, pues tal correspondencia deberá entregarse siempre en las oficinas de correos establecidas por la confederación.

Art 3º: Los correos que se establezcan a virtud de lo dispuesto en los incisos primero y segundo del artículo primero no podrán ser menos de cuatro en cada mes. Los demás podrán ser semanales, quincenales, o mensuales a juicio del poder ejecutivo.

Parágrafo: No obstante lo dispuesto en este artículo, los correos que deban seguir de Cartagena a la capital del estado de Panamá, podrán reducirse a dos mensuales.

Art 7º: El poder ejecutivo determinará los empleados de correo que a su juicio deban asegurar su manejo con fianza o hipoteca especial y designará el monto de cada una.

Art 8º: El administrador general de correos examinará y aprobará definitivamente los contratos de conducción, excepto aquellos que se celebran directamente por el poder ejecutivo; Vigilará el puntual cumplimiento de dichos contratos y podrá imponer multas que no excedan de 50 pesos a los empleados del ramo, por faltas que no merezcan mayor

pena. Los contratos que se celebren directamente por el administrador general serán sometidos a la aprobación del poder ejecutivo.

En el mismo decreto de ley, capítulo segundo Art 10, se fijan las tarifas para el pago de portes del correo y dividen el servicio de correspondencia en sencilla, doble, triple, y pliego. La carta sencilla era aquella cuyo peso no excedía los 10 gramos; La doble, la que pasando más de 10 gramos no pasará de 15; Triple, la que pasara más de 15 gramos y no excediera de 20; Pliego, la que el peso excediera los 20 gramos.

El inciso 2º del Art 18 Ibídem, facultaba los empleados del correo para abrir los paquetes de impresos que se imponían en sus oficinas o se recibían de otras, para examinar si se intentaba cometer fraude por postal y en caso de que así resultare no se daba curso a los papeles o encomiendas. La persona responsable del fraude incurriría en un multa equivalente a diez veces el valor del porte del paquete que introdujo computado como si fuera correspondencia.

De acuerdo al Art 19 de la citada norma, se concedía franquicia o libres de aporte a la correspondencia oficial de competencia del gobierno general; las encomiendas cuyo integro valor era de la nación o estados; los impresos de carácter oficial y los periódicos nacionales o extranjeros cualesquiera que fuera su cantidad o peso; Los folletos y otros impresos nacionales o extranjeros hasta el peso de 125 gramos, debiendo acumularse uno a otro, para cobrar el porte del excedente; La correspondencia privada del presidente de la confederación y sus secretarios del Estado; Los procesos u otras diligencias judiciales relativas a parte correo declarado por pobre de solemnidad, siempre que así lo exprese el respaldo del pliego el juez que conozca el asunto.

Una de las consecuencias de la ley citada, fue el primer contrato para la impresión de estampillas que se suscribió entre el Director de Contribuciones de la Secretaria de Hacienda de la Confederación, José María Caro, como representante del Gobierno Nacional y los hermanos Celestino y Gerónimo Martínez en su calidad de contratistas, el día 24 de julio de 1859. Entonces, la impresión de estampillas en Bogotá fue posible y de esta alianza, quedaron evidencias visuales, que entre otras cosas, son nuestro objeto de estudio.

3. CAPÍTULO DOS:

3.1.1 Contexto social

El sello postal o estampilla, es fuente de información del diario vivir histórico de los Colombianos, no solo por sus motivos o ilustraciones los cuales son testimonio de los hechos, personajes o valores del momento, sino que, además su estudio es revelador del desarrollo político y administrativo del país; Un hecho relevante que marcó la historia gráfica de la comunicación visual en Colombia fue *la guerra de los mil días*, la cual dio origen a una nueva forma de pensar y expresar. *La guerra de los mil días* Va desde la estampilla 130 del año 1899 a la 205 del año 1903. Contienda que dio origen a emciones del gobierno central de Medellín, Cartagena y Barranquilla, además de las de Bogotá en 1900. En 1895 se concluye el contrato para impresión de estampillas las cuales empiezas a ordenarse imprimir mediante resoluciones para una emisión determinada. En estos momentos empieza a aparecer la litografía nacional imprimiendo estapillas.

La Guerra de los mil días duró hasta el primero de julio de 1903. La desorganización del gobierno en ese momento dominaba el partido conservador, era entonces presidente Manuel Marroquín con las batallas el territorio nacional quedó dividido. La influencia del gobierno se vio interrumpida tanto en el norte como en el sur ya que los revolucionarios utilizaron guerrillas. La batalla de Palo Negro fue decisiva para el triunfo del gobierno, batalla que además de paralizar la agricultura el comercio y el progreso de la nación, causó la muerte de 100 mil colombianos.

El Gobierno Central tenía interrumpidas las comunicaciones con la ciudades de la costa y Antioquia. Los correos eran asaltados por los revolucionados. La regularidad de los correos y demás servicios era deficiente, el suministro de estampillas a ciudades intermedias era imposible. En esta situación el Gobierno Central autorizó la impresión de estampillas en la ciudades de Medellín, Cartagena y Barranquilla, además de las que se imprimieron en Bogotá todas ellas tenían reconocimiento legal del gobierno, estampillas que iban a ser utilizadas especialmente en la ciudades y límites en donde se imprimieron por lo tanto algunos catálogos las denominan con el nombre de la ciudad donde se imprimieron y otros, no le reconocen valor nacional sino local; Pero esto último fue consecuencia del desconocimiento de la realidad.

3.1.2 Contexto artístico.

- 1900. ESCUDO tipos diversos 3ª Emisión.
Guerra de los Mil Días . Impresa en Cartagena por Enrique . Delgado.
Papel de color. Dent . Maq de coser.
- Para la impresión de estas estampillas se utilizaron como modelos las estampillas que el Gobierno Central tenía en circulación es decir los números 130 a 133, se le trató de hacer algunas modificaciones que no fueron bien logradas como consecuencia del sistema de copia e impresión que se utilizó, se imprimieron en pliegos de 10 ejemplares en dos filas de a cinco cada una El contrato de fabricación específica que serán dentadas , pero como para l dentado normal no se dispondría quizás, de máquinas , se procedió a dentarlas a máquina de coser, lo que tampoco resultó, y por ello aparecen en tres distintas formas.
- 1901. ESCUDO Tipos diversos. 4ª Emisión. Guerra de los Mil días. Impresa en Cartagena por Enrique E Delgado. Dent Máq. De coser.



142 2c Castaño

A: Con marca de control.

B: doble impresión, sin dent.

- 1901. ESCUDO Tipos diversos 5ª Emisión Guerra De los Mil Días impresa en Cartagena por Enrique E Delgado. Según contrato de 12-10 1901. Dent Máq de coser
- 1902 ESCUDO tipos diversos 6ª emisión guerra de los Mil días. Impresa en Cartagena por Enrique E- Delgado. Dent. Máq. De coser.

La característica típica de estas emisiones son las MARCAS DE CONTROL con que fueron dadas a circulación, no obstante de existir ejemplares sin ellas.

Estas pueden agruparse así :

Control a)

estrellas en grupo, en color azul

Control b)

7 líneas onduladas en color violeta.

Control c)

15 eses dentro de un rectángulo, cerradas arriba, en color violeta.

Control d)

15 eses dentro de un rectángulo, abiertas arriba en color violeta.

Control e)

14 eslabones de cadena, en color rojo.

Control f)

Estrella de cinco puntas en color rojo o lila rojo.

- 1902. ESCUDO Tipos Diversos . 7ª Emisión Guerra de los Mil días. Impresa en Bogotá por la litografía Nacional S/ Resolución No 49 de 15-4. 190. Papel de color. Den. 12.



150 2c Negro con Rosa

- A: impresión en reverso.
- B: P.sin dent. Horizontal.
- C: P. Sin dent. Vertical .
- D: Dent. Maquina de coser.
- E: Sin den 1 o dos lados.



151 Ac Rojo

A: Dent a maquina de coser

B: R de republica como B



153 5c Verde con verde

A: Impresión en reverso.

B: Sin dent.



154 10c Negro con rosa.

A: Negro, bistre.

B: Negro, bistre rosa.

C: P. Sin dent.



155 20c Castaño y bistre.
A: Dent. Maquina de coser.
B: Sin Dent vertical.

- 1902-ESCUDO 8ª Emisión. Guerra de los Mil días. Impresa en Medellín por Litografía L. M. Arango. Papel de color Denta 12.



161 1c Verde y bistre

A: Sin dent.

B: Doble impresión.



162 2c Rosa y Salmon.

A: Sin dent.



164 10c Castaño y bistre

A: Sin dent.

Circula la primera seria provincial de los correos de Barranquilla (Guerra de los mil días). Estas estampillas fueron a su vez las primeras en tener un paisaje como motivo central: El río Magdalena y los vapores. Fueron impresas por Francisco Valiente y existen innumerables variedades de color e impresión al reverso (espejo).

- 1902-VISTAS DE CARTAGENA Y BARRANQUILLA. 9ª Emisión Guerra de los Mil Dias. Impresa en Barranquilla por Francisco Valiente T. S. Contrato de 21-12-1902 Dent 12.



177 20c Carmin

A: Rosa.

B: Rojo castaño.

C: Espejo.

D: P. Sin den. Horizontal y vertical.

- 1903 - PERSONAJES Y MOTIVOS COLOMBIANOS. 10^a. Emisión. Guerra de los Mil Días. Impresa en Barranquilla por Francisco Valiente T s/ contrato de 21-12-1902. Dent 12
- 1903.-SABANILLA.11^a Emisión Guerra de los Mil Día. Impresa en Barranquilla por Francisco Valiente T.S/ Contrato de 21-12-1902.Papel de color. Dent. 12.



199 10c Salmón.

A: Dent. Maquina de coser.

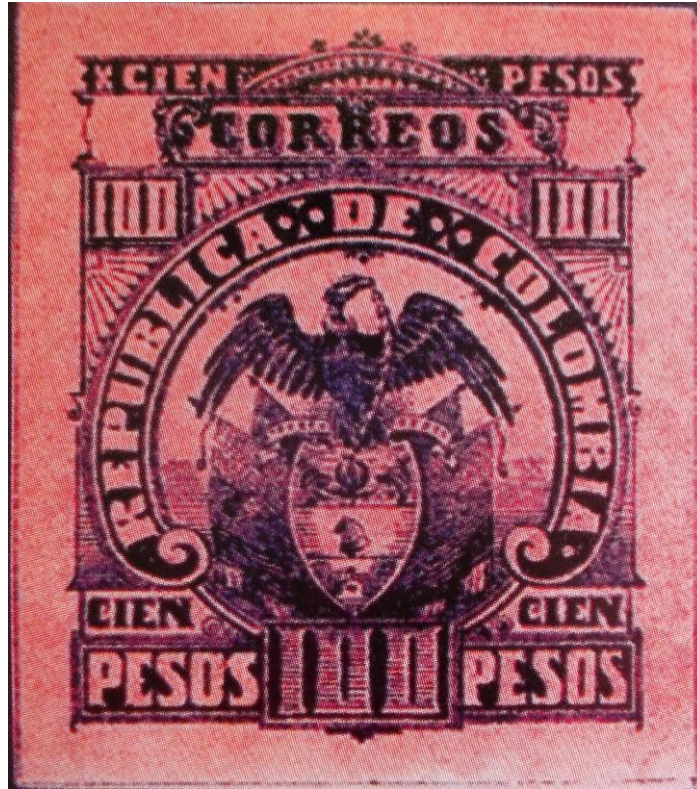
- 1903.- ESCUDO tipos diversos 12^a. Emisión. Guerra de los Mil Días. Impresa en Bogotá por Litografía Nacional. S/. Resolución 49 de 15-4-902.Papel de color .Dent 12.
- 1903.-Son creados, con autorización oficial. Los correos urbanos de Medellín, organizados por la sociedad de mejoras públicas; aparecen las primeras estampillas para este servicio. Estos correos funcionaron hasta 1910-1912.



1903

- 3ª EPOCA DE REPUBLICA – Comprende desde la estampilla 206ª la 27. Lo más interesante de esta época es la reorganización que se trata de dar a los correos suprimiendo primero los correos departamentales, año 1904. Volviendo a aparecer años más tarde, pero sin poder emitir estampillas para el cobro de los portes, las cuales reciben de Gobierno Central como subsidio de funcionamiento, para quedar definitivamente abolidos desde el año 190. Aquí aparece los resellos Correos Departamentales que algunos Catálogos consideran emisiones locales.
- 1904.- ESCUDO Tipos diversos impreso en Bogotá por Litografía Nacional. Papel delgado Dent 12.
- 1904- NUMEROS EFIGIE Y ESCUDO. Impreso en Medellín por Litografía L. M. Arango.S/. Contrato de 19-2-1904. Vigente por 5 años Dent.12.
- 1904- ESCUD. Impreso en Bogotá por Litografía Nacional. Creada para franqueo de encomiendas por decreto 105 de 1-9-1903. Papel de color sin Dent.

Aparecen las únicas estampillas para encomiendas (paquetes postales) emitidas por Colombia. Son los llamados escudos de \$50 y \$100 (estos valores, los mayores de cualquier estampilla hasta la década de 1990, están expresados en papel moneda, equivalente a cien veces la cifra en pesos oro). Su uso fue restringido a Bogotá y Medellín, y se debían adherir al talonario oficial, el cual quedaba en poder del correo.



- 1908- Números. Impreso en Bogotá por Litografía Nacional. Dent,10.

En virtud de disposiciones legales quedan definitivamente abolidas las estampillas de los Departamentos.. El gobierno Nacional emite unos resellos para uso en los correos Departamentales, mientras se extinguían los servicios regionales. A partir de esa fecha, esta disposición sólo fue incumplida por el Departamento de Caldas, en 1928, cuando su Asamblea autorizó un servicio postal, para el cual se alcanzaron a emitir dos estampillas.



227 20c Gris negro.

- En 1905 aparecen normas legales prohibiendo las estampillas de los departamentos.
- En 1906 es promulgado el código postal, que estaría vigente hasta 1927.
- 1909- NUMERO. Impreso en Bogotá por Litografía Nacional. Nueva Plancha sin pie de imprenta. Dent.13/13.



223 1c Verde

A: P. Sin dent horizontal.

B: P. Sin dent Vertical.

C: Papel con filigrana.

- 1909- RESELLO "CORREOS DEPARTAMENTALES" en tres líneas. Lit.J.L. Arango dent 12
- 1909.- RESELLO ""CORREOS DEPARTAMENTALES en tres líneas color violeta. Lit. Nacional. Dent. 13.5.
- 1909.-RESELLO "CORREOS DEPARTAMENTALES" en dos líneas color violeta. Lit. Arango. Dent. 12



- 1909.- “RESELLO “ CORREOS DEPARTAMENTALES” en tres líneas color violeta. Lit. Nacional Dent.135.

- 1910. – CENTENARIO DE LA INDEPENDENCIA NACIONAL. Dent 12

Entra en circulación la serie del Centenario de las Independencia Nacional. Son las primeras estampillas nacionales impresas en el exterior (American Bank Note, de los Estados Unidos), y las primeras impresas por el sistema de grabado en la plancha de acero.

Sobre el sello para el servicio de Recomendado, de 10 c, se han tejido muchas historias, sobre un supuesto reclamo español por el letrero que ostenta el cuadro. Sin embargo, no se ha establecido la veracidad de dicho rumor.



- 1917. – PERSONAJES Y MOTIVOS COLOMBIANOS. Dent. 14.

Se firma el primer contrato con la firma inglesa Perkins, Bacon & Company, para la impresión de la primera serie de carácter permanente de nuestro país (1917-1930). Esta emisión para ser conocida por el nombre de su impresor. En total fueron 28 sellos diferentes, regulados por 17 contratos entre el Gobierno Nacional y la casa británica. A partir del 22 de enero de este año, la contratación de la impresión de estampillas fue competencia del Ministerio de Hacienda.



261 1/2c Amarillo.

- A: Papel gris.
- B: Papel con filigrana.
- C: Papel grueso.
- D: Prueba de plancha en negro.
- E: Sin dentar.



262 1c Verde.

A: Papel gris.

B: Papel con filigrana.

C: Papel grueso.

D: Prueba de plancha en negro.



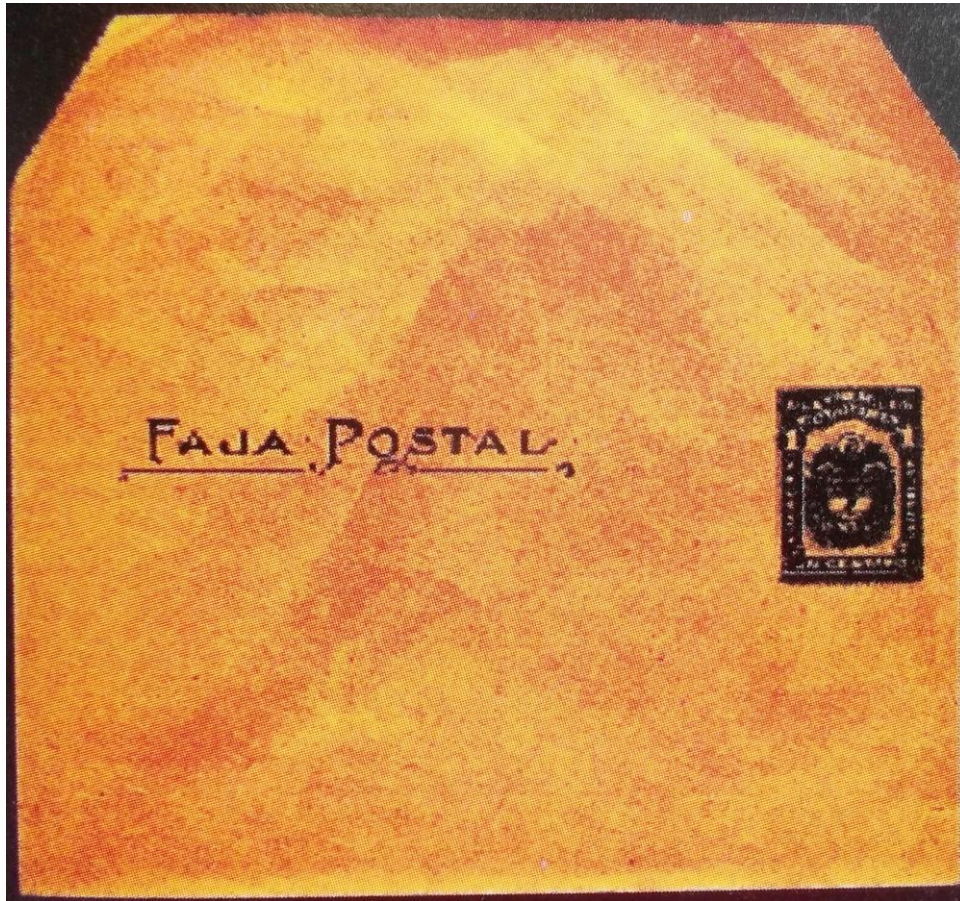
263 2c Rojo Carmín

- A: Papel gris.
- B: Papel con filigrana.
- C: Papel grueso.
- D: Prueba de plancha en negro.

- 1917.-Es emitida la única estampilla para el Correo Urbano Urgente (de Bogotá) , la cual hace parte de la emisión Perkins. El uso de estos sellos fue abolido a partir de 1925.



1917.-Aparecen las únicas Fajas postales para el envío de prensa por correo. La contratación de la impresión de las estampillas vuelve a ser competencia del Ministerio de gobierno.



- 1918.- RESELLOS Y SOBRE CARGAS "ESPECIE PROVISIONAL". Dent.12. 10 : 13 y 13.5 y combinados.

Se imprimen las primeras sobrecargas (sobreimpresión para cambiar el valor) en sellos colombianos



- 3º GRUPO: ESTAMPILLAS MODERNAS.- Comprende desde la estampilla No 910 del año 1958 en que se cumplen 100 años de uso de estampillas en Colombia.
1919.-18 de junio: son usados unos resellos elaborados por particulares y saplicados sobre la estampilla de 2 c emitida en 1917, para franquear la correspondencia transportada en un vuelo de prueba realizado por el piloto norteamericano Knox Martin entre Barranquilla y puerto Colombia. Este sello tal vez el más controvertido de la historia filatélica colombiana: rechazado por los puristas a quienes su origen privado les hace afirmar su ilegalidad, y aceptado por quienes insisten en que no fue la única estampilla carente de base legal, y que a su vez el matasello (este sí oficial), bastaba para legalizar su uso.
- 1990 EMISION PROVISIONAL. Angulo 22 Dent 13x10 y 10 x13 .



COMPAÑÍA COLOMBIANA DE NAVEGACION AEREA. Viñetas. Sin dent.
El día 16 de septiembre de 1919 se funda en Medellín la 1ª Empresa de aviación comercial: su nombre COMPAÑÍA COLOMBIANA DE NAVEGACION AEREA Sus socios fundadores: Alejandro Echeverría y Cia: Vásquez Correa y Cia.: L. Mejía S.Y Cía : Pedro Vásquez U: Gonzálo Mejía: Martín Rodríguez: Ernesto Arango: E. Moreno e Hijos: Pedro Nel Ospina Vásquez y Gustavo Uribe. Su gerente Guillermo Echeverría.
Capital de la Cia .\$700.000.oo Los aviones que se compraron fueron ria.



3.1.3 Los correos en Colombia

El día 186 de septiembre de 1919 en Medellín la primera Empresa de aviación comercial, su nombre COMPAÑÍA COLOMBIANA DE NAVEGACION AEREA. Sus socios fundadores fueron Alejandro Echavarría e hijos; R. Echavarría y Cía; Vásquez Correa y Cía ; L Mejía S. y Cía; Pedro Vásquez U; E. Moreno e hijos; Pedro Nek Ospina Vásquez y Gustavo Uribe.

Su gerente fue Guillermo Echavarría Misas. Su capital inicial fue de 700.000.00 millones de pesos, los aviones que compraron fueron cuatro marca Farman F-40 de un motor y más tarde se adquirió un bimotor F-60 tipo Goliath con capacidad para 14 pasajeros, la cual resulto muy eficiente e inaugurada en un vuelo sin etapas, París-Casa Blanca (Africa), sin contratiempos. Estos aviones eran franceses y los pilotos contratados fueron los capitanes René Bazin, Jacques Jourdanet y P. Fratoni, también franceses y ases de la primera guerra mundial.

El 3 de diciembre de 1919 se firma con el gobierno un contrato de transporte de correo de avión por el cual se autoriza a esta compañía a cobrar diez centavos por carta o pliego que no pese mas de 15 gramos, además del porte que cobraba el gobierno los cuales eran tres

centavos. También se le autorizaba a la empresa aérea, para facilitar ese pago, usar y vender cubiertas o contramarcas con su sello.

El 14 de febrero de 1920 se efectuó un vuelo experimental entre Cartagena y Bocagrande; al día siguiente 15 de febrero fue bendecido y bautizado el avión con el nombre de "CARTAGENA", por el arzobispo Pedro Adam Brioschi, día en el que se realizó el vuelo inaugural llevando a bordo a don Gulliermo Echavarría y a la señora Tulia Martínez Martelo, reina del carnaval y a quien llamaban Tulipán primera.

El primer vuelo con correo se realiza el 22 de febrero de 1920 entre Barranquilla y Cartagena y lo pilotio Rená Bazín, iba a bordo otra vez el piloto gerente, don Guillermo Echavarría, llevando en sus piernas el saco de correo, cuyo peso era de cuatro kilos; los acompañaba también el mecánico George Goupil; el vuelo duró una hora y diez minutos. El día 4 de marzo del mismo año, salió el mismo avión para Cartagena llevando correo y a bordo los señores Eduardo de la Espriella y Mario Santodomingo, quienes fueron los primero pasajeros que con tiquete pagado volaron en Colombia. Se continúa con la relativa regularidad los vuelos de ida y regreso entre estas dos ciudades hasta que el 22 de mayo se estrella el avión "CARTAGENA" en Barranquilla, muriendo entre otros el piloto. Dos meses más tarde, el 20 de julio, se accidenta en Cartagena el avión "SANTA MARTA" falleciendo su piloto.

Desde esta fecha hasta fines de septiembre que se inician los vuelos en Goliath, los vuelos regulares quedaron suspendidos; en octubre y noviembre de 1920 se hacen algunos vuelos y a fines de este mes se le adaptan flotadores al avión "MEDELLIN" y se emprende vuelo a Medellin desde Cartagena, con etapas en Barranquilla, Calamar, el banco y Puerto Berrío; se llegó aquí el 7 de diciembre de 1920 y cuando el avión estaba anclado a la orilla del rio se desató una fuerte tormenta que lo arrastró y estrelló contra unos matorrales dejándolo inservible. Este vuelo fue piloteado por Rene Bazín . Con este fin lamentable el avión "MEDELLIN" la compañía aérea desistió de continuar con los vuelos, además a fines de 1920 ya estaban en Barranquilla experinmentándose los aviones Junkers de la Scadta que aunque a principio también tuvieron sus problemas , aparentemente eran más resistentes; se trataban de aviones monoplanos y de metal, en vez de lona y biplanos como los Farman. Catalogo Leo Temprano Estampillas de Colombia, 1981:p.,57.

1920.- El 22 de febrero sale las primeras estampillas emitidas por la compañía Colombiana de Navegación Aérea, las cuales fueron llamadas como viñetas multicolores por haberse utilizado unas etiquetas de propaganda de aviones (de la casa Curtis), reselladas para la ocasión. En total son nueve motivos.



1. Investigadora del semillero de investigación en historia de la publicidad en Colombia, estudiante del programa de publicidad, universidad de Bogota Jorge Tadeo Lozano .
2. Urrutia, Miguel, *Cronología de la filatelia colombiana*, Banco de la Republica, Medellín, 2001, p.,37

3.1.3 Tecnicas de impresión e implementos filatelicos.

FILIGRANA: la filigrana o marca de agua está intimamente ligada a la fabricación del papel. Según se afirma en la literatura filatélica la filigrana apareció en la contextura del papel a principios del siglo XIV.

La más antigua que se conoce data del año 1.301; la mayoría de las marcas de esa época se reducian a círculos o cruces y son de origen italiano.

La filigrana más antigua atilizada en prefilatelia fue la que se usó en el papel carta conocida con el nombre de “CABALLINIS DE CERDEÑA” en 1.820; en esa ocasión el dibujo consistio en la efigie del Rey Victor Manuel Primero.

El procedimiento manual consiste en colocar en el tamiz sobre el cual ha de extenderse la polpa del papel, un diseño elaborado en alambre muy fino con la figura que desea reproducir.

La primero emisión de estampillas del mundo también fue impresa sobre papel con filigrana. En muchos casos la filigrana es visible por transparencia y en otros se hace necesario someter el papel al tratamiento de bencina.

El objeto es el de dar a los sellos postales características de seguridad. Puede darse el caso defiligranas con dibujos determinados o sea, **LAS QUE PRESENTEN UN ESCUDO, CARA DE UN PERSONAJE O DISTINTIVO DE UN PAÍS.**

Filigranas con dibujos indeterminados se consideran aquellas cuyos diseños pueden ser comunes para cualquier país como líneas ondulantes o paralela.

HUECOGRABADO: El diseño se graba en una placa de impresión, que se entinta, quedando la tinta en los huecos de la placa. Luego se coloca el papel por arriba y se prensa para que se imprima el diseño en el papel.

TIPOGRAFÍA: La tinta se unta a las partes en relieve de la placa de impresión y cuándo se produce el contacto, el diseño se transfiere al papel.

LITOGRAFÍA: La placa de impresión es completamente lisa y para transferir el diseño a la superficie de impresión se aplica una tinta grasa especial. Luego se humedece la plancha y se

unta tinta de imprimir que se pega a las partes grasas de la superficie.

FOTOGRAFADO: Versión moderna del huecograbado en el que se utiliza un negativo fotográfico que se descompone en una trama de puntos y se graba al ácido sobre un cilindro de cobre, al que se le echa tinta.

ESTAMPADO O TROQUELADO: Combinación del huecograbado y de la tipografía. El papel se imprime entre dos placas, una con el diseño en relieve y otra en hueco. Proceso muy caro que sólo se usa actualmente para imprimir sellos directamente en sobres, aunque era más utilizado en el siglo XIX.

IMPLEMENTOS FILATELICOS

ALBUM: Es un libro en el cual se colocan los sellos postales o estampillas para colección; los hay de diversos modelos, de hojas en blanco, de hojas milimetradas y de hojas con estampilla impresa.

TIRAS ADHESIVAS: Son bolsillos con tapa transparente en los cuales se colocan sellos postales para que no se afecten; este sistema garantiza mejor la conservación .

FIJASELLOS: Son pequeñas bisagras de papel engomado en uno de sus lados y se utiliza para adherir los sellos postales usados. En algunos países les llaman charnelas.

HOJAS: Las hay en varios modelos y se usan para todo tipo de colección .

FILAGRANOSCOPIO: Es un recipiente de porcelana o plástico en color negro usado para colocar los sellos cuando se va a detectar la filigrana.

ODONTOMETRO: Pequeña tarjeta de puntos usada para medir el dentado de los sellos postales.

LUPA: Cristal óptico de aumento usado para ampliar los detalles de los sellos.

CLASIFICADORES: Es un libro de hojas en cartón que lleva adheridas tiras de papel celofán o plástico. Usado para archivos de sellos postales antes de ser colocados en un álbum.

PINZAS: Pequeñas tenazas de punta achatada usadas para manipular los sellos postales evitando manejarlos con la mano.

CATALOGOS : son libros especializados en el arte de la filatelia, en los cuales se encuentran reproducidos todos los sellos postales del mundo, junto con sus principales características e incluye además los precios comerciales. En Colombia se emiten dos, el de Álvaro Barriga y el de Leo Temprano.

ENTEROS POSTALES: Se les da este nombre a los valores telegráficos y de uso postal, impresos en sobres, fijas, tarjetas, etc; cuya especie no ha sido adherida sino estampada directamente sobre el papel.

AEROGRAMA: Carta aérea limitada a una sola hoja que al doblarse por las solapas indicadas, queda cerrada formando el sobre o cubierta; para este servicio se fija una tarifa postal inferior.

SOBRE: Es el que lleva la estampilla impresa, por consiguiente no es necesario adherirle ningún sello postal, siempre y cuando el porte corresponda al servicio y escala de peso para cubrir el franqueo requerido.

Montufar, Maria A. (1987) *Curso de la filatelia para principiantes*.

FORMULARIO DE LA DESCRIPCIÓN DE LA TESIS Y/O DEL TRABAJO DE GRADO

TÍTULO COMPLETO DE LA TESIS O TRABAJO DE GRADO:

ENTRE EL ZINC Y EL OLVIDO

SUBTÍTULO, SI LO TIENE:

COMUNICACIÓN VISUAL PERSUASIVA A TRAVÉS DE LAS ESTAMPILLAS COLOMBIANAS ENTRE 1900 Y 1920

AUTOR O AUTORES

GONZALEZ HERNANDEZ LAURA BIBIANA

DIRECTOR (ES)

Apellidos Completos

Nombres Completos

BERMUDEZ CASTILLO

JAIRO ALFREDO

JURADO (S)

Apellidos Completos

Nombres Completos

--	--

ASESOR (ES) O CODIRECTOR

Apellidos Completos

Nombres Completos

--	--

TRABAJO PARA OPTAR AL TÍTULO DE: PUBLICIDAD

FACULTAD: PUBLICIDAD

PROGRAMA: Carrera Licenciatura Especialización Maestría Doctorado

NOMBRE DEL PROGRAMA:

PUBLICIDAD

CIUDAD: BOGOTA

AÑO DE PRESENTACIÓN DEL TRABAJO DE GRADO: 2013

NÚMERO DE PÁGINAS : 38

TIPO DE ILUSTRACIONES: marque con una X ilustraciones

4. Mapas
 5. Retratos
 6. Tablas, gráficos y diagramas
 7. Planos
 8. Láminas
 9. Fotografías **MATERIAL ANEXO** (Vídeo, audio, multimedia o producción electrónica): Duración del audiovisual: _____ minutos. Número de casetes de vídeo: _____ Formato: VHS Beta Max **3/4** Beta Cam Mini DV DV Cam DVC Pro Vídeo 8 Hi 8 Otro. Cual? _____ Sistema: Americano NTSC Europeo PAL SECAM **Número de casetes de audio:** _____ **Número de archivos dentro del CD** (En caso de incluirse un CD-ROM diferente al trabajo de grado): _____
-

_____ **PREMIO O DISTINCIÓN** (*En caso de ser LAUREADAS o tener una mención especial*):

_____ **DESCRIPTORES O PALABRAS CLAVES EN ESPAÑOL E INGLÉS:** Son los términos que definen los temas que identifican el contenido. (*En caso de duda para designar estos descriptores, se recomienda consultar con la Unidad de Procesos Técnicos de la Biblioteca General en el correo gloria.obando@utadeo.edu.co, donde se les orientará*).

10. **Palabras claves**
11. Publicidad.
12. Estampillas.
13. Postales.
- 14.
15. **Key words**
16. Advertising
17. Postcards
18. stamps

10

RESUMEN DEL CONTENIDO EN ESPAÑOL E INGLÉS: (Máximo 250 palabras - 1530 caracteres):

El presente trabajo hace parte de un proyecto de investigación real, de la universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano, sobre la historia y el desarrollo de la filatelia y la impresión de postales en Colombia entre 1900-1920, donde se pretende llegar por medio de la historiografía de la filatelia Colombiana en este periodo de estudio. Así se quiere explicar una relación entre la actividad publicitaria actual y su antecedente en las piezas gráficas, estampillas, creadas e impresas en el país en las primeras do décadas, ya que este fue un medio de comunicación masivo al llegar a los sobres de los correos de todos lo rincones del país, en un tiempo, en el que los colombianos fueron constantes consumidores del material filatélico por la necesidad de uso que implicaron tanto el entorno social y cultural como el entorno comercial en el que la nación sembró las bases para su desarrollo, en este caso, al rededor de la carta y la correspondencia, lo que hace a la estampilla, un componente indispensable de la visual publicitaria que circuló en el país entre 1900 y 1920. Este proyecto está inscrito en la línea de investigación: Publicidad: Historia y teoría, que dirige el Doctor Jairo Bermúdez Castillo, profesor de tiempo completo del Programa de Publicidad.

This work is part of a real project of the University of Bogotá Jorge Tadeo Lozano , called the history and development of philately and postal printing in Colombia between 1900-1920 , through the historiography of philately Colombiana , in this period of study. So this Project trys to explain a relationship between current advertising activity and the antecedent in the graphic , stamps, created and printed in the country in the early decades , since this was a means of mass communication to reach the envelopes of mail of all the corners of the country , in a time were in Colombians consumers of philatelic material constants by the need to use that involved both social and cultural environment as the business environment in which the nation sowed the basis for its development in this case , around the letter and correspondence , which makes the stamp , an indispensable component of visual advertising that circulated in the country between 1900 and 1920. This project is enrolled in the research : Advertising: History and Theory , directed by Dr. Jairo Bermudez Castillo, full professor Advertising Program .