



La Familia Turok y la postal en México

9o. CONGRESO MEXICANO DE TARJETAS POSTALES
Antrop. Marta Turok W.

Taxco, Guerrero
16 al 18 de junio de 2016



ANTECEDENTES

- Mark Turok (1909-2002) y Ella Wallace de Turok (1915-1997) originarios de Boston, Ma. donde el obtuvo un master's en química.
- Pasan la 2ª Guerra Mundial en Hawaii
- 1946 regresan a Boston con su hijo pequeño Joel Kipi
- Se mudan a Nueva York y ponen un negocio de fotografía que le gustaba mas que la química. Aprende de manera autodidacta. Conocen a Weegee.
- Con tormentas invernales 1947-1948 deciden mudarse a California
- Viajan durante el invierno y al llegar a Texas el Sr. Mark plantea visitar México, el había tomado español en High School y visitado Cuba en 1936.

- Durante casi 3 años realizan numerosos viajes, siguen la Carretera Panamericana recién inaugurada y llegan hasta Chamula, Chiapas.
- Tenía 3,000 fotos y encuentra un anuncio de una compañía de Boston buscando fotos de México para postales.
- Impresionados le ofrecen imprimirle en exclusiva sus postales
- Las muestra a Sanborn's que se asusta del precio.
- Los convence Mark que hagan una prueba.
- El consumidor estaba dispuesto a pagar por la calidad.
- Los pedidos se multiplicarían e Iniciaría una larga relación
- Se cierran las fronteras a las importaciones en 1956 con Miguel Alemán

Buen inicio técnico: Cámaras

- Lindhoff: la mejor 6x9, con corrector de perspectiva. Uso tripie.



- Medalist: 6x9, más fácil de usar.



Integración vertical: imprenta y sistema de distribución

- Inicia vía crucis con imprentas: baja calidad, falta de interés, lo más grave, incumplimiento
- A los 53 años edad pone su propia imprenta, busca los mejores técnicos y adquiere maquinaria alemana.
- Funda Litográfica Turmex
- Su hijo mayor Kipi se integra en 1968, crece la empresa a la par del turismo nacional e internacional con la Olimpiada
- Crea una red de distribuidores-empresarios en todo el país.
- Primeros fueron sus jóvenes vendedores que salieron de la Cd Mx
- Mérida, Veracruz, Tampico, Cd. Juárez, Chihuahua, Tijuana/Ensenada, La Paz, Hermosillo, Mazatlán, Guadalajara: Jalisco, Colima, Nayarit, Guanajuato, Monterrey, San Miguel Allende, Edo. Mex/Morelos, Acapulco, Oaxaca, Chiapas

TEMAS

INICIALMENTE

Ser "diferente" y mostrar lo que a él como extranjero le llamaba la atención "costumbrismo":

- Hombre con burro cargando rastrojo de maíz.
- Niña rodeada de flores.
- Vendedor de gabanes de lana en tonos naturales, con diente de oro.
- To

ENTENDIENDO EL MERCADO

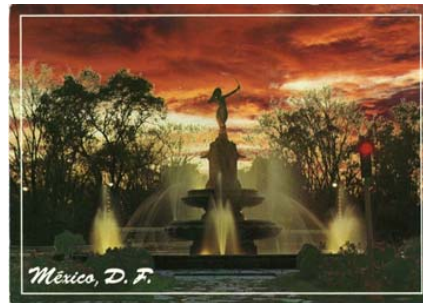
Conclusión: Turista no busca rostros sino puntos de referencia

- Edificios, plazas, fuentes
- Playas, puestas de sol
- Mercados, colorido, artesanía
- Iglesias, Santos y Vírgenes

IDENTIDAD / MARCA: EMPRESAS
 Ammex Asociados, S.A. de C.V. (postales)
 Litográfica Turmex S.A. de C.V. (impresión)
 Editur S.A. de C.V. (guías e impresos turísticos)



Fotomontaje exitoso:
 puesta de sol de Acapulco



TÉCNICA y ARTE COMERCIAL

La calidad se unía a su meticuloso estudio de la luz, la perspectiva y la composición. Consideraba que la perfección en un artículo tan humilde como una pequeña postal era un derecho del consumidor y un imperativo para él.



Crepúsculo y cambios en el tiempo



Nocturnas y exposiciones largas



Aportaciones

1. Logró su objetivo de mejorar la calidad de la postal
2. La modernizó al combinar excelencia técnica fotográfica con tecnología de punta en las artes gráficas
3. Personalmente se involucró en todas las áreas de la producción y la distribución.
4. Fue la empresa líder durante 40 años: visión global de México, no local. Ir creciendo del vínculo Tarjeta Postal –
5. Creatividad: ¿Arte en la postal comercial? para encontrar un ángulo y no ves una sola persona, solo el edificio. Como tomar las fotos sin personas en primer plano.
6. Jugar con la luz y largas exposiciones: crepúsculos de la tarde 5pm-6-6:30, porque todo brilla (Twilight Zone). Al poner filtros, alargar la toma y aun cuando van pasando las personas desaparecen.



Antonio Turok (1955-) B/N, Personas

- Fotógrafo artístico y “comprometido” causas sociales.
- En viaje a Europa en la década de los 1970 descubre postales blanco y negro con imágenes de los grandes fotógrafos franceses del siglo XX.
- Se traslada a vivir a Chiapas y decide transformar sus fotografías b/n en postal
- En un inicio Mark pensó que era un tiradero de dinero, pero apoyó primeras placas. Antonio trabaja de cerca en el área de fotolito y logra una gran calidad con “duotonos”
- Fue exitoso porque llegaba un turismo europeo y un americano “mochilero” que si se interesa por las personas y el arte.
- Era un albur saber cuales se iba a vender mejor.
- Incurrió al final en el color por cuestiones económicas, siempre CON personas.

Espejo de la Vida: “bestseller”

“Me dio de comer”: Antonio Turok
Un francés se quejó y lo sacaron del Museo de Antropología por “denigrar”



María Cartones: personaje de San Cristobal de las Casas, Chiapas



Carnaval en Suchiapa, Chiapas



Eclipse: foto premiada y postal con buen desplazamiento



Fotografía a color: mayor volumen venta



Niña de Zinacantan...y "flores"



El "Sub" 1er entrevista a medios: Éxito por "turismo revolucionario"



Ocaso y nueva vida de la Postal

- En su mejor momento las dos empresas (Ammex y Turmex) tuvieron 80 trabajadores y la impresión de millones de tarjetas de unas 10,000 vistas.
- En la negociación del TLC, una empresa mexicana productora de papel logró que se aplicara arancel al papel de importación, elevando costos de producción.
- La era digital cambió los paradigmas del turista, el viaje y la imagen: la calidad y la estética dejaron de ser importantes.
- ¡Hoy es un objeto para coleccionistas e investigadores!