

Sobre máquinas y titanes: la autorepresentación fotográfica del gremio industrial colombiano (1945-1960)*

Oscar Daniel Hernández Quiñones**

2017

* Este artículo fue desarrollado en el marco del proyecto editorial *Imaginando América Latina* coordinado por el semillero “Historias Conectadas, Memoria e Imagen” de la Universidad del Rosario (Bogotá). El autor agradece profundamente a los profesores Sven Schuster y Yezid Alejandro Pérez por su valiosa orientación durante el proceso, así como a las profesoras Adriana Alzate Echeverri, Adriana Rodríguez Franco y Brenda Escobar por su apoyo, consejos y comentarios respecto al tema trabajado en el texto.

** Estudiante en proceso de grado de los programas de Historia y Artes Liberales de la Universidad del Rosario (Bogotá). Aspirante a la Maestría en Estudios Sociales de la misma universidad y miembro activo del semillero “Historias Conectadas, Memoria e Imagen”. Correo electrónico: ocardhq@hotmail.com

Sobre máquinas y titanes: la autorepresentación fotográfica del gremio industrial colombiano (1945-1960)

Resumen:

El artículo analiza cómo la fotografía documental fue instrumentalizada por el incipiente empresariado industrial colombiano para autorepresentarse y ensamblar una identidad de gremio entre 1945 y 1960. Como parte de un amplio conjunto de estrategias internas diseñadas para unificar las consignas recién legitimadas de las élites manufactureras, el recurso fotográfico contribuyó a fijar ciertas referencias visuales asociadas a la promesa de modernidad que estas encarnaban y asimilaban como propia y separada de otros gremios. Las fuentes privilegiadas del texto son revistas empresariales en las que se analizarán los principales estilos y modalidades de la autorepresentación señalada.

Palabras clave: *fotografía documental, identidad, autorepresentación, industrialización colombiana, gremios.*

Of Machines and Titans: the Photographic self-representation of Colombian Industrial Guild (1945-1960).

Abstract:

This article analyzes how Colombian entrepreneurs used documentary photography to forge a distinctive guild identity between 1945 and 1960. As part of a wider set of internal strategies designed to unify the recently legitimated goals of the industrial elite, photography contributed to establish visual references associated with the promise of modernity. The entrepreneurs embodied and assimilated such references in order to strengthen their self-perception as a group and to distinguish themselves from other guilds. The primary sources this article is built on are texts and images derived from entrepreneurial magazines, whose styles and modalities of self-representation will be analyzed in detail.

Keywords: *Documentary photography, identity, self-representation, Colombian industrialization, guilds*

Sobre máquinas y titanes: la autorrepresentación fotográfica del gremio industrial colombiano (1945-1960)

“Un gran ideal cultural y espiritual se funde en una realidad material y social emergente.

La búsqueda romántica del autodesarrollo, que ha llevado tan lejos a Fausto, se está abriendo paso a través de una nueva forma de romance, a través del trabajo titánico del desarrollo económico. Fausto se está transformando en una nueva clase de hombre, para adaptarse a una nueva ocupación. En su nuevo trabajo, sacará a la luz algunas de las potencialidades más creativas y más destructivas de la vida moderna; será un demoledor y creador consumado, la figura oscura y profundamente ambigua que nuestra era ha llamado el ‘Desarrollista’.”¹

Introducción

Me interesa analizar en este escrito, cómo el empresariado industrial colombiano empleó la fotografía documental para autorrepresentarse y ensamblar una identidad gremial entre 1945 y 1960. Como han señalado los estudios críticos del desarrollo en América Latina, finalizada la Segunda Guerra Mundial, la modernización tecnológica y productiva del continente pasó a ocupar la prioridad de las ahora denominadas “economías tercermundistas”. Frente al temor de una repentina invasión de artículos importados, estas últimas buscaron reducir su dependencia comercial hacia la política exterior de Estados Unidos, ofreciendo garantías para la industrialización de mercados locales (desarrollo hacia adentro) que demandaban mayor complejidad en materia de técnica y organización. No lo harían solas o de forma desarticulada, pues estarían respaldadas por proyectos intelectuales como la CEPAL y su consigna de conceptualizar las estructuras del atraso regional para la formulación de políticas asistenciales.²

El panorama de la economía colombiana no fue una excepción aislada de dicha tendencia modernizadora. A pesar de que el apoyo estatal se debatiera de manera intermitente entre favorecer los intereses de la ya posicionada burguesía cafetera o las agendas industriales, la ampliación del sector manufacturero sería exponencial desde 1945, alcanzando un crecimiento anual promedio del 7% en su valor agregado.³ Posterior a este éxito circunstancial, –influenciado en buena medida por las secuelas indirectas de posguerra– las expectativas de mayor dinamismo para la industria nacional, presionaron a sus representantes a pensarse a sí mismos como gremio y a elaborar una imagen armónica capaz de unificarlos bajo su nueva condición de grupo. Con esta cohesión artificialmente lograda, sería factible desplegar simultáneamente todo tipo de campañas propagandísticas que legitimaran su incipiente ascenso. Una de las acciones persuasivas para inculcar entre los productores

¹ Marshall Berman, *Todo lo sólido se desvanece en el aire. La experiencia de la modernidad* (Buenos Aires: Siglo XXI, 1989), 55.

² Sobre estudios críticos del desarrollo, revisar: Wolfgang Sachs et al. (eds.), *The Development Dictionary: A Guide to Knowledge as Power* (New York: Zed Books, 2010).

³ Carlos Brando, “La industrialización a medias”, en *Nueva Historia Económica de Colombia*, editado por Salomón Kalmanovitz (Bogotá: Taurus y Universidad Jorge Tadeo Lozano, 2010), 207.

manufactureros un ambiente de afinidad, fue la difusión de fotografías asociadas a la industria y su promesa de mejoramiento colectivo. A través de revistas empresariales y boletines de cobertura limitada, industriales de varios ramos productivos apostaron por enaltecer visualmente el novedoso mundo de la técnica, la producción en serie y los “paisajes fabriles”⁴, fijando desde la fotografía – e incluso otro tipo de ilustraciones señaladas más adelante- un conjunto de referentes simbólicos relacionados con su agrupación gremial y la esperanza de cambio que esta empezaba a encarnar. Si bien me interesa resaltar algunos casos que den cuenta de la circulación y recepción de dichas imágenes, el objetivo principal de este texto se inscribe en indagar cómo y bajo cuáles pautas fotográficas, la comunidad industrial se proyectó durante un periodo específico donde su fortalecimiento exigía mayor visibilidad tanto en sus propios espacios de comunicación, como en grandes audiencias políticas y civiles.

En este sentido, sostengo que el uso deliberado de fotografías alusivas a la industria colombiana rebasó sus funciones técnicas o documentales, operando como un mecanismo con el cual los mismos industriales configuraron una identidad de gremio al plasmar mediante imágenes, aquellos elementos que los diferenciara de otros sectores económicos. Sin embargo, la identidad gremial sugerida en este trabajo no se fundamentó en aspectos compartidos por la élite manufacturera tales como la clase social o la procedencia geográfica (regional o nacional); más bien, se basó en la identificación que los integrantes de esta encontraron en sus oficios –o procedimientos mecánicos para generar valor- y en la asociación directa que se designó a estos últimos con el progreso, la civilización, la vida urbana y la transformación del mundo material en provecho del hombre. Así, en lugar de defender o legitimar el carácter local de la industria colombiana, los integrantes del gremio afincaron su identidad en el discurso moderno que evocaba su ocupación. Los saberes técnicos fueron proyectados como la “única” solución para superar el pasado precario y pastoril de la economía nacional; la industrialización se imaginó entonces como necesaria de cara a las contingencias de la posguerra.

Para el primer apartado se advertirán los principales criterios teórico-metodológicos que nutren la perspectiva de este ensayo, sugiriendo algunas herramientas para analizar un fenómeno económico como la industria desde la fotografía. En un segundo momento, realizo una breve caracterización del periodo seleccionado, destacando dos procesos cruciales que confluyeron en el uso de la fotografía documental como tecnología idónea para representar “lo fabril”: (i) la diversificación y masificación de los medios de comunicación en Colombia desde los años treinta y (ii) la institucionalización del empresariado industrial como gremio en 1944. En el tercer apartado señalaré las principales tendencias y estilos fotográficos mediante los cuales los industriales se visibilizaron, vinculando en un último momento el análisis de dichas fuentes con la recepción que tuvieron, así como con los soportes materiales en donde estas circularon. Al final se recogerán los resultados de la investigación en una sección de conclusiones y reflexiones abiertas a debate.

⁴ Tomás Cornejo, “Fotografía como factor de modernidad: territorio, trabajo y trabajadores en el cambio de siglo”, *Historia* 45 (2012): 17.

1. Consideraciones previas y niveles de análisis

Al acercarnos a fenómenos como la industrialización nacional desde fuentes iconográficas, resulta necesario aclarar ciertas premisas respecto al accionar persuasivo de los gremios económicos como agentes históricos. Estos, además de desempeñar funciones determinantes en los ritmos financieros de un país, deben ser pensados como productores y consumidores de significados sobre sus respectivas ocupaciones. Sus itinerarios se fundamentarían en narrativas de pertenencia hacia sus mismas prácticas comerciales o de producción, alimentadas a su vez por mecanismos simbólicos de distinción que separan sus necesidades y experiencias de otras agremiaciones. Lo anterior hace imposible desligar la conducta exclusivamente económica de los industriales, de aquellas estrategias retóricas con las cuales estos materializan su pertenencia a una colectividad, edificada por ellos mismos a través de textos, imágenes y apariciones en la vida pública⁵.

Bajo premisas afines, campos de estudio como la renovada historia empresarial (*entrepreneurial and business history*)⁶, -influida recientemente por los aportes del Giro Lingüístico y perspectivas teóricas como el construccionismo- han explorado miradas alternativas a la historia económica, analizando al empresario a partir de sus prácticas sociales, sus relaciones con el Estado, sus avatares en los negocios o los círculos socioculturales en los cuales se desenvuelve. Igualmente, estas mismas líneas de investigación han complementado el limitado interés biográfico que buscaba en un principio establecer grandes conclusiones sobre la trayectoria individual del capitalista, para dar paso a nuevas preguntas que indaguen su relación con el ejercicio del poder, con los impactos culturales sobre las regiones donde opera y con las nociones de emprendimiento que imprime en su cotidianidad.⁷ Por otro lado, autores cercanos a la teoría organizacional como Lene Foss, proponen pensar al empresariado como un grupo social marcado por la constante necesidad de buscar las raíces temporales y espaciales que justifiquen su relevancia en contextos específicos. En esta búsqueda, los gremios económicos se valdrían de aquellos recursos persuasivos con el potencial de construirlos y definirlos como fuerzas sociales creativas y transformadoras.⁸

El elemento fotográfico, se presenta así como una tecnología eficiente para la identidad del gremio industrial colombiano. Interpretar la fotografía en calidad de fuente para la historia, requiere pensarla como una “estructura incompleta”⁹, capaz de administrar o

⁵ Álvaro Tirado, “Teorías y conceptos para analizar las organizaciones gremiales de empresarios”. *Revista Mexicana de Sociología* 77, 3 (2015): 469.

⁶ Algunos textos ilustrativos que enfatizan sobre la relación entre empresariado y cultura son: Monica Lindgren & Johann Packendorff, “Social constructionism and entrepreneurship. Basic assumptions and consequences for theory and research”. *International Journal of Entrepreneurial behavior & research* 15:1 (2009): 25-47; Daniel Hjorth y Chris Steyaert (eds.), *Narrative and discursive approaches in entrepreneurship* (Cheltenham, UK & Northampton, MA: Edward Elgar, 2004).

⁷ Luis Rubén Pérez Pinzón, “Perspectivas historiográficas sobre la historia empresarial del nororiente de Colombia” (Ponencia presentada en el Seminario de Historia Empresarial y Económica dirigido por el Grupo de Historia y Empresariado de la Universidad de los Andes, Bogotá, Colombia, 27 de febrero de 2015).

⁸ Lene Foss, “Going against the grain... Construction of entrepreneurial identity through narratives”, en *Narrative and discursive approaches in entrepreneurship*, eds. Daniel Hjorth y Chris Steyaert (Cheltenham, UK & Northampton, MA: Edward Elgar, 2004), 80-104.

⁹ Beatriz González Stephan, “Las tarjetas de visita: racialidad y disciplinamiento de ciudadanías blanqueadas en la pardocracia venezolana”, en *La nación expuesta. Cultura visual y procesos de formación de la nación en América Latina*, ed. Sven Schuster (Bogotá: Universidad del Rosario, 2014), 124-125.

jerarquizar las posiciones de los sujetos y objetos presentes en la imagen. La fotografía visibiliza e invisibiliza elementos conforme a criterios específicos, establece relaciones y es dotada de sentido desde su producción hasta su recepción. Esto logra darse gracias a su lenguaje ostensivo¹⁰, el cual permite un consumo instantáneo por parte del espectador a diferencia del lenguaje escrito. De este modo, parecería poco prudente asumir el ensamblaje de una identidad gremial por fuera de aquello que la fotografía enaltece, oculta o manipula; principalmente si se tiene en cuenta que la identidad requiere ejercicios permanentes de representación, los cuales afianzan la solidaridad entre los miembros de una colectividad, así como el reconocimiento (*identificación*)¹¹ de ciertos orígenes o características compartidas entre estos. No es fortuito por ejemplo, que para las primeras décadas del siglo XX, las mejoras materiales encaminadas a modernizar los lugares de producción y consumo o la infraestructura del transporte en ciudades como Bogotá y Medellín, ya fueran asociadas con las clases altas simpatizantes de la industrialización en la práctica temprana de la publicidad.¹²

En primera instancia, puede plantearse que los discursos alrededor de la incipiente industria en el país engrandecieron la idea de un modelo económico en permanente ascenso. No obstante, resulta polémico en términos objetivos, afirmar la existencia de un sector industrial colombiano históricamente progresivo. Sus ritmos de crecimiento se han caracterizado más por la discontinuidad que por verdaderos periodos de estabilidad, llegando incluso a experimentar una desaceleración vigente desde la apertura gradual implementada por la administración de Alfonso López Michelsen (1974-1978).¹³ A pesar de estos altibajos, la producción textual e iconográfica utilizada por los grupos dedicados a las manufacturas para autorrepresentarse sí ha sido una constante; especialmente tras la fundación de la Asociación Nacional de Industriales (ANDI) en Medellín (1944), momento en que ya habría un posicionamiento emergente de la industrialización como proyecto ideológico, así como mayor influencia del mismo frente a organismos oficiales claves para la elaboración de políticas económicas.¹⁴

La conformación de este gremio, formalizó y ofreció un marco institucional a las demandas de la naciente “burguesía industrial”¹⁵ ante el Estado, la población e incluso la

¹⁰ Antonio Pantoja, “La imagen como escritura. El discurso visual para la historia”. *Norba. Revista de Historia* 20 (2007): 192.

¹¹ Para autores como Stuart Hall o Peter Wade, la identidad necesita ser pensada como un concepto en constante construcción. No es estática y tampoco obedece a una “esencia” fija del individuo o el grupo social que la busca. Así, la identidad necesita de la representación y de aquellas contingencias externas en las cuales adquiere visibilidad. Con el ánimo de aplicar el concepto de forma más dinámica y menos “esencialista”, Hall apuesta por hablar de *identificación*, la cual sugiere un proceso variable y “[...] nunca terminado”. Ver: Stuart Hall, Introducción a *Cuestiones de identidad cultural*, compilado por Stuart Hall y Paul du Gay (Buenos Aires: Amorrortu, 2003), 15-16; Peter Wade, “Identidad”, en *Palabras para desarmar*, editado por Margarita Serge, María Cristina Suaza y Roberto Pineda (Bogotá: Ministerio de Cultura-ICANH, 2002), 255-264.

¹² Santiago Castro Gómez, *Tejidos oníricos: movilidad, capitalismo y biopolítica en Bogotá (1910-1930)* (Bogotá: Pontificia Universidad Javeriana, 2009), 194-195.

¹³ Alexander Alfonso Maldonado, “La evolución del crecimiento industrial y transformación productiva en Colombia, 1970-2005: patrones y determinantes” (tesis de maestría, Universidad Nacional de Colombia, Bogotá, 2010), 31.

¹⁴ Eduardo Sáenz Rovner, *La ofensiva empresarial: industriales, políticos y violencia en los años 40 en Colombia* (segunda edición) (Bogotá: Universidad Nacional de Colombia, 2007), 19.

¹⁵ Sáenz Rovner, *La ofensiva empresarial*, 39.

comunidad internacional.¹⁶ Autores como Eduardo Sáenz Rovner sostienen que por medio de campañas propagandísticas en los periódicos con mayor divulgación del país tales como *El Tiempo*, *El Colombiano* y *El siglo*, los voceros de la ANDI en sus oficinas principales buscaron “equiparar sus intereses particulares con los de la nación”¹⁷, aunque tal iniciativa implicara sacrificar el apoyo a pequeñas fábricas y atacar al predominante ramo cafetero.

Con los anteriores puntos trazados, quisiera presentar brevemente algunos elementos que en la primera mitad del siglo pasado, sirvieron de antesala para la elaboración de estrategias visuales por parte del empresariado industrial. Concretamente, me refiero a la institucionalización de este último a través de diferentes entidades y, por otro lado, a la diversificación previa de medios comunicativos que tocó a las ciudades colombianas más desarrolladas en términos económicos. Este último proceso aumentaría considerablemente la creación y el consumo de imágenes reproducidas masivamente, así como la especialización de ciertas técnicas como la fotografía documental y su presencia en varios soportes materiales.

2. Rumbo al gremio industrial: condiciones para legitimar un “nosotros”

La meta de abrazar el capitalismo fabril se tornaba distante en Colombia durante las dos primeras décadas del siglo XX. Con la excepción de escasos mercados cautivos dedicados a la producción de bebidas, alimentos, lozas y textiles, el país solo lograría perfeccionar sus fábricas de tecnología liviana hasta los años 30, cuando el flujo de capitales extranjeros y el crecimiento de la economía cafetera (danza de los millones) estimularon un aumento del gasto público en infraestructura nacional y en el mejoramiento de técnicas productivas artesanales. De la mano de estas mejoras, algunos retos esbozados por las élites precursoras de la modernización económica consistieron en racionalizar el incipiente espacio urbano, establecer rutinas industriales de manufacturación y reemplazar costumbres populares arraigadas en la colonia por “civilizados” hábitos de consumo¹⁸; todas condiciones de posibilidad para impulsar una sociedad de clases fundamentada en la diferenciación salarial, la mecanización del trabajo y un culto ascendente a la realización personal mediante la adquisición de artículos que satisficieran los deseos y necesidades de los nuevos modos de vida.

De forma simultánea, la primera mitad de siglo se vio marcada por nuevas simbolizaciones de dicho capitalismo fabril en medios masivos de comunicación, asunto en el que la radio, la fotografía o el cine comenzaron a ganarle audiencias y escenarios de recepción a la tradición escrita. Tras la pausa involuntaria de la producción cultural europea causada por la Segunda Guerra Mundial, Estados Unidos se convirtió en el referente de una nueva estética importada por familias nacionales prestantes. Películas, revistas y pautas publicitarias serían objeto de una *americanización* avasalladora, introduciendo en la vida diaria elementos iconográficos de una nueva cultura popular, un panorama de ensueño donde el trabajo moderno se

¹⁶ Paulo César León, “La literatura sobre la industrialización colombiana: balance y perspectivas”, *INNOVAR* 23 (2004): 184.

¹⁷ Sáenz Rovner, *La ofensiva empresarial*, 71-72.

¹⁸ Sobre producción y consumo modernos en la primera mitad del siglo XX colombiano, revisar: María del Pilar López Uribe, *Salarios, vida cotidiana y condiciones de vida en Bogotá durante la primera mitad del siglo XX* (Bogotá: Universidad de los Andes, 2011), 209; Juan Esteban Posada, “La promesa del capitalismo en Medellín (Colombia, 1939-1962)”. *Historia Crítica* 57 (2015): 141-160.

complementaba con el consumo moderno¹⁹. Publicaciones innovadoras como *El Gráfico* o *Cromos*, comenzaron a dar preeminencia al material fotográfico sobre el textual, emulando en sus páginas no solo las temáticas de revistas estadounidenses (ocio, celebridades, eventos sociales, etc.), sino también aplicando técnicas vanguardistas como la fotografía documental que explicaré más adelante. Como resultado, los atributos culturales de la promesa industrial –ahora situada en la nueva potencia del llamado mundo occidental- se incorporaban tanto en medios de mayor alcance, como en tecnologías comunicativas más sofisticadas. Públicos letrados y analfabetas naturalizaron el consumo de imágenes para entender y recrear su cotidianidad, logrando por ejemplo que hacia 1949, Bogotá contara con 41 salas de cine y que la prensa nacional comenzara a hacer sistemático su uso del fotoperiodismo para documentar acontecimientos cada vez más visuales y por ende más “reales”.

Esta expansión de tecnologías informativas, acompañó el crecimiento de la industrialización colombiana hacia mediados de siglo. A pesar de la intensa violencia política que movilizaba las decisiones macroeconómicas en función de intereses partidistas, los años de posguerra constituyeron un momento de reflexión para diagnosticar los problemas derivados del atraso tecnológico e institucionalizar las actividades fabriles en favor del progreso nacional.²⁰ Proyectos como la creación del Instituto de Fomento Industrial (IFI) en 1940, la fundación de la ANDI en 1944, la realización del Primer Censo Industrial en 1945²¹ y la formalización de las firmas Ecopetrol (1950) y Paz de Río (1954), son algunos ejemplos que no solo daban cuenta de las funciones extendidas del Estado en la economía, sino de la consolidación de una fuerza gremial que comenzaba a legitimarse oficial y popularmente. Para la temporalidad analizada, el volumen de los capitales industriales no era despreciable. En 1945, la Contraloría General de la República tenía contabilizados 7.853 establecimientos manufactureros a nivel nacional, pertenecientes a campos como el textil, metalúrgico, químico, tabacalero, alimenticio, etc. Así las cosas, la política de sustitución de importaciones había alcanzado un margen significativo de éxito con relación a los bienes de primera necesidad.²² Sin embargo, los industriales buscaron que su legitimidad fuera más allá de la coyuntura. Deberían dar a conocer sus ventajas a la sociedad colombiana, pero para lograrlo, tendrían que elaborar primero una representación adecuada de sí mismos en calidad de gremio.

Como ya se mencionó, los diarios de amplia difusión e incluso la radio tuvieron espacios patrocinados por los industriales para obtener el respaldo de la opinión pública según ya lo ha señalado Sáenz Rovner. No obstante, también fue común la impresión periódica de revistas especializadas en contenidos de técnica e industria, donde gerentes, ingenieros e inversionistas expresaron sus críticas y opiniones con menos medida. Para este trabajo me he centrado en dichas revistas, pues fueron dispositivos de circulación limitada y por lo tanto, más “íntimos”, producidos por los mismos portavoces y practicantes de la industria para

¹⁹ Victoria Peralta, *Distinciones y exclusiones. En busca de cambios culturales en Bogotá durante las repúblicas liberales. Una historia cultural de Bogotá (1930-1946)* (Bogotá: Academia Colombiana de Historia, 2013), 60-61; 105-108.

²⁰ Paulo César León, “La literatura sobre la industrialización”, 186.

²¹ El Primer Censo Industrial fue diseñado para cuantificar los crecientes procesos de industrialización en las principales zonas fabriles colombianas. La recolección de datos se realizó desde el 1.º de julio de 1944 hasta el 30 de junio de 1945, publicando los resultados en agosto de 1947. Ver: Dirección Nacional de Estadística, *Primer Censo Industrial de Colombia: 1945* (Bogotá: Imprenta Nacional, 1947).

²² Jesús Antonio Bejarano, “Industrialización y política económica (1950-1976)”, en *Colombia hoy* (novena edición), ed. Mario Arrubla (Bogotá: Siglo XXI, 1985), 221-222.

introducir elementos de identificación con el gremio. Debe advertirse, que el ensamblaje de la identidad sugerida aquí, no puede pensarse únicamente desde los canales masivos de comunicación, donde el mensaje original solía distorsionarse por moderación de actores externos o por discreción de los mismos industriales. Sin obviar estos medios, -indispensables para negociar la identidad entre el “adentro” y el “afuera” del gremio- ahondaré en los procesos internos de imaginación y representación dentro de los cuales, la comunidad manufacturera fijó con mayor confianza o margen de maniobra definiciones parciales sobre su rol en la economía y en la sociedad colombiana. A través de textos e imágenes cada vez más protagónicas, las revistas en cuestión, en su mayoría de suscripción privada, ofrecieron a sus lectores selectos la idea de una colectividad o un “nosotros”, que pasaba por su edad de oro y compartía la responsabilidad de transformar las realidades materiales del país. Simulando la estructura narrativa y editorial de grandes *magazines* de interés general, las publicaciones de los industriales realizaron reportajes periodísticos a fábricas representativas, notas biográficas sobre empresarios ejemplares, cubrimiento de exposiciones internacionales, entre otros. También informaron sobre la actualidad financiera, instruyeron a gerentes y directores en el manejo del personal obrero y principalmente, promovieron fuertes discusiones políticas respecto a la protección que a juicio del gremio debía garantizar el Estado a la incipiente industria.

Todo tipo de campos fabriles y regiones en proceso de tecnificación, encontraron en las revistas una tribuna donde socializar sus alcances frente a otros pares. Pese a ser editadas en núcleos urbanos con una industrialización más pronunciada como Bogotá o Medellín, los directores de las distintas publicaciones buscaron condensar varios proyectos regionales, aparentemente aislados, en un discurso nacional homogéneo. De esta manera, los avances particulares fueron articulados a productos impresos con cierta coherencia, donde empezaron a resaltarse las características “comunes” de una burguesía fabril recién organizada, identificada con “lo industrial” y separada intencionalmente de otros sectores económicos.

Un caso representativo fue el de la publicación mensual *Industria Colombiana*, una de las más citadas en este artículo por la importante difusión que llegó a tener y por su uso sistemático de la fotografía. Editada en Bogotá y registrada ante el Ministerio de Fomento, la revista funcionó desde 1954 hasta 1960, llegando a lanzar ejemplares con índices de contenido en inglés, francés y alemán. Adicionalmente, esta empezó bajo la dirección de Eduardo Cuellar, gerente de la seccional bogotana de la ANDI y anterior presidente de la Empresa de Energía Eléctrica en la misma ciudad²³; asuntos para nada desdeñables que ya indicaban la incidencia del gremio industrial y algunos de sus delegados en los nuevos lugares textuales de opinión. En la nota editorial de su primer número, la revista señalaba que:

Si no existiera industria en Colombia el país estaría sometido a una economía agropecuaria en la cual la enorme masa de la población desempeñaría meras labores de peón o de vaquero. Unos pocos llegarían a la categoría de mayordomos y otro grupo reducido serían los comerciantes de las ciudades que venderían herramientas y abonos a las gentes del campo o actuarían como intermediarios para la compra y reventa de los productos del campo.²⁴

²³ Juan Camilo Rodríguez, *Historia de la Empresa de Energía de Bogotá* (Bogotá: Universidad Externado de Colombia, 2000), 16.

²⁴ Anónimo, “Aspectos sociales de la industrialización en Colombia”, *Industria Colombiana*, enero de 1954, s. p.

El párrafo referenciado introduce la relación industria–civilización al referirse a la economía rural como un proyecto de pocas posibilidades para la movilidad social de sus trabajadores. La hacienda agropecuaria, concebida tradicionalmente como una de las mayores unidades generadoras de valor desde el periodo colonial, quedaba relegada desde el razonamiento de los editores a un plano de rechazo si no se articulaba con actividades prósperas y dinámicas, capaces de afectar positivamente el mundo del trabajo.

Como elemento esencial de estas discusiones, la fotografía documental constituyó un dispositivo eficaz para exaltar la crítica esgrimida por el gremio industrial a la condición económica colombiana. Para el siguiente apartado explicaré a partir de algunos ejemplos y modalidades, cómo el recurso fotográfico llegó a idealizar diferentes dimensiones (lugares, personajes, eventos, procesos productivos, etc.) de la comunidad industrial para modelar su identidad. El uso de distintas retóricas que representaran “lo propio y lo ajeno” de la agremiación, exigía una cuidadosa selección visual de características comunes o, en otras palabras, la elaboración de una oferta gráfica y textual que permitiera fortalecer tanto la pertenencia hacia lo industrial como la diferenciación de otros rubros. El análisis plantea una lectura tanto de las fuentes en sí – para el cual la historia de la fotografía es un sustento teórico importante- como de las redes de producción y circulación que las atravesaron. Con esto último, la investigación sugiere salir de la contemplación inocente de las imágenes para pensarlas en un nuevo registro: como producciones deliberadas con incidencia en los procesos históricos.

3. La industria nacional en clave fotográfica

En teoría, el *estilo documental* -consolidado en Estados Unidos durante el periodo de entreguerras y practicado en América Latina desde los años 30- estaba empeñado en distanciarse del margen creador del fotógrafo para obtener tomas de naturaleza mecánica.²⁵ Sus procedimientos de captura prometían realizar un reportaje social de la cotidianidad, ofreciendo una noción de objetividad en la composición de la imagen que, al ser producida supuestamente sin maquillaje o manipulación alguna, reforzaba su condición de *documento* o testimonio. Las temáticas privilegiadas de esta técnica serían escenas comunes de un paisaje primordialmente urbano, caracterizado en el caso estadounidense por la estética decadente de la Gran Crisis del 29 y en el caso latinoamericano, por procesos de migración rural hacia ciudades en expansión. Para mediados de siglo, la fotografía documental había sido incorporada culturalmente como una de las “evidencias” más adecuadas para la crítica social, el ejercicio del periodismo, la justificación de políticas estatales y principalmente, la movilización de diversos grupos poblacionales en función de intereses particulares.

En Colombia, la fuerza ascendente de diferentes élites económicas, permitió que su accionar político integrara herramientas gráficas para la defensa de sus mercados y beneficios. En el caso de los industriales, estos recurrieron a todo tipo de estrategias elocuentes que inclinaran los planes fiscales del Estado a su favor. Además de librar intensos debates en el Congreso con dependencias como la Junta Nacional de Aduanas²⁶, el gremio

²⁵ Olivier Lugon, *El estilo documental. De August Sander a Walker Evans (1920-1945)* (Salamanca: Universidad de Salamanca, 2010), 123.

²⁶ La Junta Nacional de Aduanas fue creada mediante el Decreto extraordinario 2902 de 1944, con el ánimo de “[...] aumentar los ingresos por concepto de impuestos aduaneros a las importaciones”. Los industriales de sectores como el tabacalero y textil, hallaron en esta medida una oportunidad para satisfacer sus intereses, presionando al gobierno de fijar altos impuestos de venta a los artículos de fábricas extranjeras pero a su

fabril extendería su presión por un proteccionismo total a otros niveles comunicativos, entre ellos el fotográfico. Una de las tendencias más utilizadas en este nivel, sería la de comparar escenarios precarios asociados a la “barbarie” de lo rural, con escenarios vinculados a la promesa digna y progresiva del capitalismo industrial (figura 1). Al postular a este último como el único camino capaz de generar riqueza para todos, la fotografía documental abandonaba su propósito objetivo e “imparcial”; tomaba parte, juzgaba, adaptaba sus procedimientos a una intencionalidad y finalmente, sugería. Dicho de otra forma, cambiaba su pretensión de neutralidad y adquiría un rol activo, negando la continuidad de una sociedad “tradicional” y fomentando imperativamente el siguiente paso hacia la civilización.

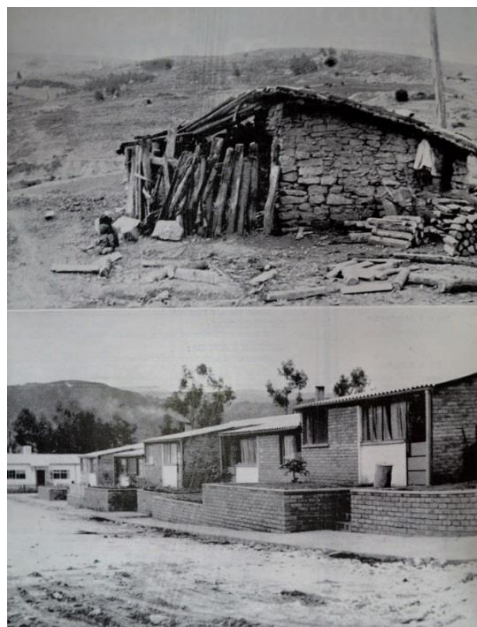


Figura 1. Fotógrafo anónimo, agosto de 1954, “Antes de Paz de Río – Después de Paz de Río” (fotografía, Revista *Industria Colombiana*, Biblioteca Nacional de Colombia, Hemeroteca Manuel del Socorro Rodríguez, Bogotá, 8).

La figura 1 hace alusión al impacto positivo que trajo la Acería Paz de Río (Boyacá) a las condiciones de vida de la región. El contraste radical y selectivo entre una vivienda campesina aparentemente inestable y, un conjunto de casas distribuidas a manera de vecindario más citadino, se traduce en un intento por representar la llegada del complejo siderúrgico como una ruptura temporal y cualitativa. Paz de Río define tanto en la foto como en otros mensajes o descripciones, un “antes” y un “después”; se inserta en una narración evolutiva del desarrollo nacional. La firma fue patrocinada inicialmente por el Gobierno de Mariano Ospina Pérez (1946-1950) y fundada en 1954 por el General Gustavo Rojas Pinilla, buscando llevar la industria intermedia a un nuevo estadio de industria pesada preparada para trabajar el acero. En sus primeros años sería administrada por el ingeniero Roberto Jaramillo Ferro, quien llegó a colaborar con *Industria Colombiana* para la realización de reportajes

vez, insistiendo en la protección y bajos aranceles a los insumos que importaran para la producción local. Véase: Sáenz Rovner, *La ofensiva empresarial*, 135.

dentro de las instalaciones; estas últimas, consideradas como un estandarte casi patriótico de la producción nacional según el consenso de ingenieros, técnicos, políticos y periodistas²⁷.

Regresando a la comparación visual de ambas viviendas, cabe resaltar que la imagen de cada una conserva diferentes pautas de encuadre, apoyándome para dicha interpretación en las clasificaciones hechas por el historiador de la fotografía Olivier Lugon. Mientras que la foto superior de la casa campesina utiliza la “visión frontal” y tonalidades opacas frente a su objeto, la pieza inferior de las casas nuevas apela a la claridad lumínica del documento, destacando de forma simultánea la escala y la repetición en serie de las fachadas exhibidas.²⁸ Una de las convenciones más comunes en la práctica de la fotografía arquitectónica en Colombia, consistía en maximizar los exteriores de las estructuras para potencializar sus proporciones dentro del entorno en que se localizaban. Lo mismo sucedía con los espacios interiores, solo que en estos el atractivo de la fotografía no era la escala sino la profundidad.²⁹ De esta manera, la oscuridad y captura plana de la figura superior alusiva al atraso de la región “antes del acero”, no ofrece posibilidades para resaltar dimensiones espaciales como sí lo hace la segunda foto dotada de ángulos y tonos más elaborados.

La carga de nociones críticas hacia el subdesarrollo a través del ejercicio fotográfico, hizo ver la pregunta por la industrialización nacional como una materia de preocupación social. La complementariedad entre texto e imagen de las revistas citadas, abogaba vehementemente por una transformación estructural que supliera “anticuados” elementos periféricos o rústicos, por nuevas expectativas de modernidad que los industriales supieron escenificar con destreza. Tecnificar la producción local pasó de ser un deseo lejano a ocupar un lugar protagónico en imágenes con un halo de realidad (figura 2).



Figura 2. Leo Matiz, agosto de 1954, sin título (fotografía en la portada de *Industria Colombiana*, edición dedicada al sector petrolero, Biblioteca Nacional de Colombia, Bogotá).

²⁷ En 1959, año del fallecimiento de Roberto Jaramillo Ferro, *El Tiempo* citaba en su homenaje al ingeniero la expresión de Alberto Lleras quien decía “[...] que si Boyacá había dado la batalla decisiva para la libertad de la Gran Colombia, Paz del Río estaba dando la batalla para la libertad económica de Colombia.” Además, se calificaba a Ferro como un verdadero “soldado del progreso” en el campo de la metalurgia al que había dedicado toda su vida. Revisar: “Roberto Jaramillo Ferro”, *El Tiempo*, Bogotá, 3 de noviembre de 1959, 17.

²⁸ Olivier Lugon, *El estilo documental*, 178.

²⁹ Eduardo Serrano, *Historia de la fotografía en Colombia (1950-2000)* (Bogotá: Planeta, 2006), 140.

Sobre las técnicas de encuadre usadas en las piezas anteriores, estas cumplían con escasas diferencias de estilo los parámetros básicos del documentalismo fotográfico estadounidense fijados en los años veinte. Entre estos se encontraban: el carácter noticioso de los artículos, el anonimato del fotógrafo cuya identidad rara vez figuraba en la descripción de las imágenes, la impresión de objetividad y consecuentemente, aquello que Margarita Ledo ha llamado un “efecto verdad” o “reflejo del mundo”.³⁰ Sumado a esto, el hecho de que las fotografías fueran a blanco y negro, designaba mayores posibilidades de abstracción para la idea representada, así como un aire de omnisciencia atribuido al autor de la toma, logrando que su rol fuera asociado con el de un narrador presente en el momento exacto y con la facultad de resumir cada situación dentro del reportaje.³¹

La figura 2 se presenta de forma más personalizada tanto por su referente humano, como por su autoría a cargo del reconocido fotógrafo Leo Matiz (1917-1998). Aquí, volvemos a apreciar las tonalidades claras en el rostro de un individuo retratado, quien fija su mirada en el horizonte mientras sostiene un par de brocas perforadoras empleadas en el sector petrolero. La coexistencia de hombre y maquinas dentro de la imagen, se evidencia en las proporciones relativamente iguales que ocupa cada uno, de manera que los instrumentos usados para extracción del crudo y las características del sujeto que los levanta tales como el sombrero, la indumentaria campesina, el sol apuntando su rostro y las manos llenas de arena, se complementan en un equilibrio mistificado de trabajo humano y trabajo mecánico. La foto formaba parte de una nota periodística realizada por *Industria Colombiana* a la firma Ecopetrol, siendo Matiz el artífice a cargo de la cámara durante todo el cubrimiento. La descripción de algunas de las fotografías, destacaba precisamente la combinación de “mente y esfuerzo” requerida para la búsqueda del “codiciado petróleo”³², además de la unión sincronizada entre ritmos de trabajo obrero junto a los ritmos de las máquinas a campo abierto.

Trayectorias como la de Matiz en medios de prensa local e internacional, daban cuenta de un fotoperiodismo que a pesar de conservar su propósito documental, agregaba propiedades estilísticas en donde se desvanecía la distancia despersonalizada entre fotógrafo y objeto. Al mismo tiempo, esto permitía que la toma se independizara de su estricta función de registro y se hiciera susceptible de crítica artística. Algunas colaboraciones en publicaciones extranjeras como *Life*, *Reader's Digest* y *Harper's Magazine*, ofrecieron a fotógrafos como Matiz la posibilidad de aplicar vanguardias en diferentes campos temáticos, incluyendo el de una atractiva industrialización que apresuraba su marcha en América Latina.

Otro fotógrafo identificado en las fuentes de este tipo, sería el antioqueño autodidacta Gabriel Carvajal (1916-2008), quien también llegó a compartir su trabajo en magazines internacionales, así como en los diarios colombianos *El Espectador* y *El Tiempo* o en las revistas *Cromos* y *Semana*. Sus tomas aéreas de las plantas textiles de Medellín como Coltejer o Fabricato, exaltaban desde amplios planos rurales y urbanos el papel de centralidad ocupado por la fábrica, ubicada a su vez en entornos sociales que se expandían al ritmo de esta. Lo interesante, es que este tipo de lugares enfocados por Carvajal y solo mencionados a manera de ejemplo, coincidieran con un estilo particular del que quisiera ocuparme a continuación.

³⁰ Margarita Ledo, *Documentalismo fotográfico. Éxodos e identidad* (Madrid: Cátedra, 1998), 65

³¹ Ledo, *Documentalismo fotográfico*, 18.

³² Fernando Caycedo, “Tributación del petróleo en Colombia”, *Industria Colombiana*, abril-mayo de 1954, 32.

3.1 La *fotografía industrial* como modalidad y mensaje

Se han enunciado los principales usos que tuvo la fotografía documental en revistas producidas bajo la dirección de algunos industriales colombianos. Sin embargo, los ejemplos anteriores –aunque comparten una promesa de prosperidad– aún no dan cuenta de un ejercicio de autorrepresentación que ilustrara elementos distintivos y específicos del gremio manufacturero. De hecho, tales ejemplos (figuras 1 y 2) muestran un estilo genérico de tipo social o documental en un sentido vago, de manera que la industria no ocupa el contenido principal de las piezas. Para este sub-apartado, me propongo explicar cómo la estrategia visual de elaborar una impresión positiva de la industria, privilegió una modalidad fotográfica concreta: la *fotografía industrial*, cuya temática primordial fue la exposición del espacio fabril, entendido en este estudio como un referente de identidad que localizaba el discurso progresivo en recintos técnicos con características especiales.

El paisaje industrial, reúne en su composición artefactos como motores, calderas y chimeneas que en medio de su carácter funcional, simbolizan igualmente los cambios materiales de la producción mecanizada. En Colombia, fotografiar escenarios con estas características se hizo común desde los años 50, proyectando a la fábrica como ese novedoso organismo maquina en donde la producción de mercancías alcanzaba su nivel más avanzado. Aquellas utopías que a comienzos del siglo XX, planteaban la posibilidad de tener capitales tecnológicos importantes, ahora gozaban de algunos puntos de contacto con la realidad empírica. Así, las expectativas de una modernidad industrial hallaron en la fotografía un soporte con estatus de verdad, que ahora materializaba el imaginario del progreso en nuevas espacialidades y paisajes económicos.

La fotografía industrial aparece como un sub-conjunto derivado del estilo documental. Su interés se ubica en complejos fabriles, rutinas de producción en serie, bienes de capital y toda clase de objetos que conserven una relación metafórica con la economía desarrollada.³³ A su vez, esta busca maximizar las proporciones de los paisajes industriales con orientaciones diagonales de 45° sobre las estructuras retratadas, ambientes luminosos escogidos al amanecer o en horas avanzadas de la tarde, sombras fuertes que enfatizan volúmenes y peculiarmente, ausencia de personas (figura 3).³⁴ La potencia creativa de la máquina gana predominio en esta modalidad, se opone al procedimiento artesanal considerado dispendioso desde el “credo mecánico”³⁵ y oculta con su imponente ingeniería los rastros del trabajo humano. Fábricas vacías dotadas de aparatos en funcionamiento, hacían que la fotografía industrial concediera a la imagen una atmósfera de productividad, una noción fetichizada de espacios tecnológicos en los que el movimiento y el estruendo aparentaban generarse por sí solos. La presencia humana quedó reducida en muchos casos, a una simple comparación de escalas en donde un operario a cargo, posaba al lado de máquinas con amplias dimensiones que opacaban cualquier figura ajena al paisaje descrito (figura 4).

El lugar de producción, pasaría a ser así un campo fotográfico favorecido en las producciones editoriales de los industriales, quienes apostaron por convertir en emblemas de su ocupación las nuevas instalaciones de la técnica presentes en cementeras, cervecerías, refinadoras de petróleo, fábricas de tejidos, laboratorios, etc.

³³ Geraldine Wojno Kiefer, “Industrial Photography”, en *Encyclopedia of Twentieth-Century Photography*, ed. Lynne Warren (New York: Taylor & Francis, 2006), 781-782.

³⁴ Rolf Sachse, “Architectural Photography”, en *Encyclopedia of Twentieth-Century Photography*, ed. Lynne Warren (New York: Taylor & Francis, 2006), 59.

³⁵ Lewis Mumford, *Técnica y civilización* (Madrid: Alianza, 1971), 309.



Figura 3. Leo Matiz, edición de abril y mayo de 1954, sin título (fotografía en la revista *Industria Colombiana*, Biblioteca Nacional de Colombia, Bogotá, 17).

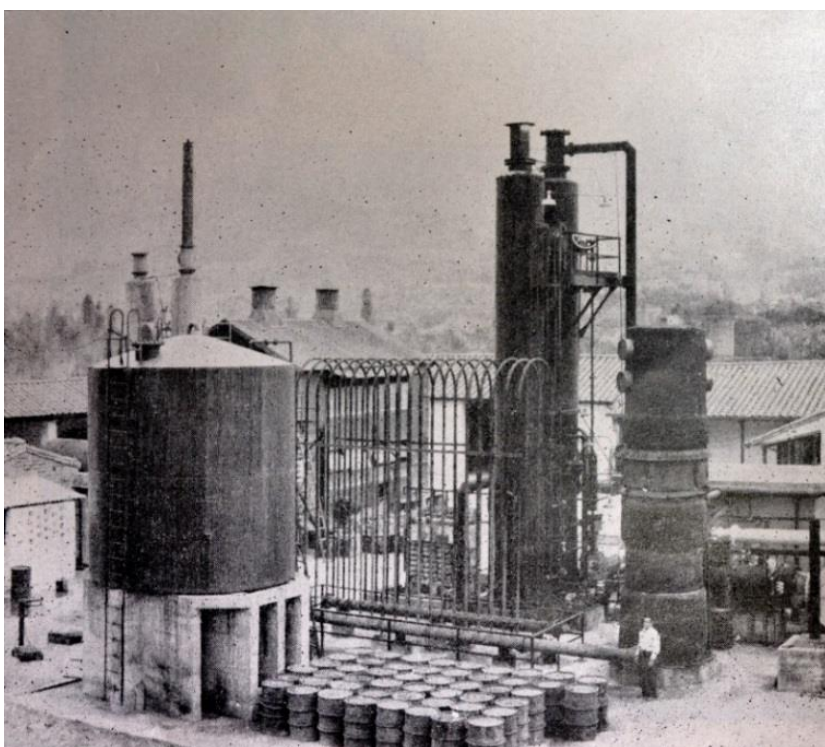


Figura 4. Fotógrafo anónimo, enero de 1951, “Vistas parciales de la planta de ácido sulfúrico” (fotografía en la revista *Química e industria*, Biblioteca Nacional de Colombia, Hemeroteca Manuel del Socorro Rodríguez, Bogotá, 32).

Parecería contradictorio que la gran consigna de presentar a la industria como fuente inagotable de trabajo, compaginara con el énfasis fotográfico puesto en factorías que parecían prescindir de la fuerza humana. No obstante, es necesario insistir que la identidad modelada por los industriales operaba en un nivel público de tono inclusivo, y otro privado en donde sus intereses y referentes puntuales como élite llegaron a diferir en algunos detalles de la narrativa generosa de difusión nacional. Aunque en ambos niveles existiera un esfuerzo por documentar los avances de la técnica moderna y sus impactos sociales, las revistas especializadas en asuntos fabriles intensificaron entre sus lectores la socialización de imágenes, noticias y saberes sobre aquellos espacios regionales donde comenzaba a insertarse la máquina. Tales fueron los casos de publicaciones como *Química e industria* fundada por la Sociedad Colombiana de Químicos en 1949 y la *Revista Colombiana del Trabajo* (1939), cuyo nombre fue reemplazado por *Industrias Colombianas* (diferente a *Industria Colombiana*) en 1953, a raíz de las transformaciones estructurales presenciadas en compañías nacionales a mediados de siglo.³⁶

Al hablar de una eventual “escenificación” fotográfica de los complejos industriales, no me refiero a que estos fueran objeto de montajes -al menos desde un primer acercamiento-; más bien, me refiero a la elaboración poco espontánea y a la edición minuciosa de imágenes sobre fábricas que efectivamente habrían comenzado a multiplicarse desde los años 40, acaparando la atención de medios, fotógrafos independientes y por supuesto, empresarios con ansias de conocer e invertir en nuevos mercados.

La expansión tecnológica era un hecho ineludible, tanto que en 1945, el Estado ordenó aplicar el Primer Censo Industrial para cuantificar los establecimientos manufactureros distribuidos en ciudades y pequeños municipios con adelantos progresivos (figura 5). Los resultados de dicha encuesta, postulaban a Antioquia como el departamento de mayor producción fabril con anteriores capitales mineros, cafeteros y comerciales canalizados hacia una industria sólida de textiles y minerales no metálicos³⁷. Cundinamarca por su parte, figuraba como la “industria más numerosa”, pues en un lapso de 15 años su cantidad de fábricas con producción mayor a 6.000 pesos casi se había cuadruplicado, pasando de 400 a 1569.³⁸

Ciertamente el acompañamiento fotográfico de estos procesos permitió, como venía mencionando, ofrecer un relato coherente según el cual, la nación pasaba por una transformación generalizada que motivaba a los delegados de la industria a no bajar la guardia y a defender colectivamente la institucionalización de sus intereses, distribuidos para ese entonces en una nueva geografía económica.

³⁶ Anónimo, “Explicación”, *Industrias colombianas: transportes, comercio, trabajo* 135 (1953): 5.

³⁷ Sobre la evolución empresarial antioqueña, ver: Carlos Dávila, *Empresariado en Colombia: perspectiva histórica y regional* (Bogotá: Universidad de los Andes, 2012), 138-141; Ann Farnsworth-Alvear, *Dulcinea in the Factory: Myths, Morals, Men, and Women in Colombia's Industrial Experiment, 1905-1960* (Durham & London: Duke University Press, 2000), 45-46.

³⁸ Dirección Nacional de Estadística, *Primer Censo Industrial*, 3-12.



Figura 5. Anónimo, marzo de 1954, “Fábrica de tejidos Santa Ana (Zipaquirá)” (Fotografía, *Industria Colombiana*, Biblioteca Nacional de Colombia, Bogotá, 45).

Tanto la forma como el contenido de la fotografía industrial, tuvieron apropiaciones locales que hacen difícil pensar en una técnica universal sin variaciones. La práctica profesional de este estilo en América Latina, adquirió en el tránsito del siglo XIX al XX pautas como la exposición del territorio natural y sus componentes en amplios planos panorámicos. Ningún elemento de los paisajes intervenidos mecánicamente, sobraba en la visualización premeditada de una industrialización extractiva (figura 6), que además de reconciliar a través de la cámara la relación campo-tecnología, daba a conocer al empresariado nacional y foráneo las ventajas de invertir en sitios poco explorados. Dicho esto, la pregunta por los ambientes fabriles fotografiados no debe limitarse a sus posibles significados estéticos; también debe encaminarse hacia sus efectos prácticos. Al ser un soporte documental con la capacidad de inspirar nuevos proyectos capitalistas, la fotografía ejerce una función *performativa*, sus códigos inciden en la toma de acciones u opiniones de aquellos actores –individuales o grupales– entre los cuales circula.

En relación a lo anterior, trabajos como el de W. J. T. Mitchell en diálogo con autores de la teoría pictórica y literaria, entienden el paisaje (rural o urbano) como un cuerpo de signos determinados que instrumentalizan el espacio para alegorizar y naturalizar nociones ideológicas o culturales.³⁹ Mitchell sugiere así, no concebir el paisaje como sustantivo, sino como verbo y acto de poder (*from a noun to a verb*); una representación artificial del entorno que posibilita la apropiación visual del territorio, así como la creación de subjetividades contenidas en este.

³⁹ W. J. T. Mitchell, “Introduction”, en *Landscape and Power* (2nd edition) (Chicago: The University of Chicago Press, 2002), 1-2.

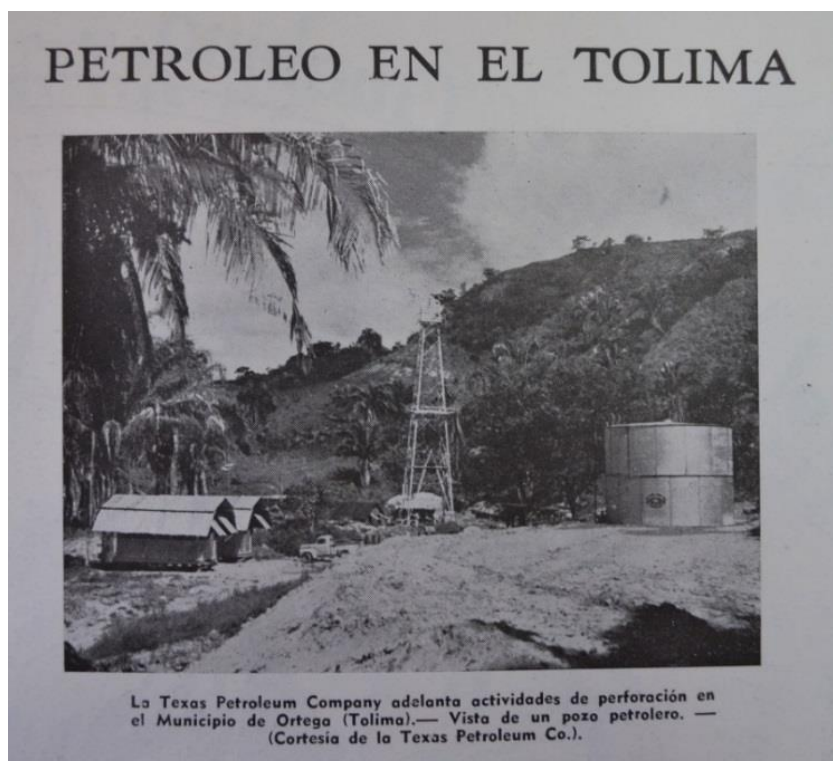


Figura 6. Texas Petroleum Company, 1950, “Petróleo en el Tolima” (Fotografía publicada en la *Revista del petróleo*, Biblioteca Nacional de Colombia, Bogotá).

El hecho de que los industriales difundieran sus revistas e imágenes preferiblemente entre colegas, no impidió que algunas de estas tuvieran una repercusión conveniente en amplias tribunas de la opinión pública. Hacia 1950, boletines independientes como la *Revista del Petróleo* recibían felicitaciones de los diarios *El Tiempo*, *La Nación*, *El Liberal* y *El Siglo*, además de críticas favorables por parte de magazines internacionales como la *Colombian Oil New Digest*.⁴⁰ La *Revista*, también comprometida con el fortalecimiento de la industria, manifestaba criterios y expectativas similares a los de la ANDI, velando por un proteccionismo total, pero sin oponerse a que la intensificación interna de lo fabril se valiera de impulsos procedentes de potencias extranjeras. Fotográficamente, esta permisividad queda plasmada en ejemplos como la figura 6: las perforaciones de la *Texas Petroleum Company* en el departamento del Tolima, evidencian lo habitual que resultaba introducir imágenes o noticias de conglomerados foráneos en revistas nacionales, donde el entorno representado como inhóspito o agreste, se ve alterado por el avance tecnológico de la firma estadounidense.

Ahora, no toda la discusión sobre lo propio o lo externo de estas imágenes se agota en el análisis iconográfico. Había en efecto, fenómenos de corte macroeconómico que explicaban la coexistencia de discursos industrialistas locales y globales en una misma publicación. A diferencia de países como Chile, Argentina, Brasil o México, que durante los años de posguerra basaron sus modelos económicos en las tesis estructuralistas de la CEPAL y más tarde en la Teoría de la Dependencia, Colombia trazaría un curso radicalmente opuesto; las clases dirigentes prefirieron apoyar el modelo liberal de desarrollo coordinado por Estados

⁴⁰ Anónimo, “La prensa de Bogotá y la Revista del Petróleo”, *Revista del Petróleo*, 1950, 30-31.

Unidos, elección que implicaba aceptar la mediación de organismos de crédito multilaterales como el Fondo Monetario Internacional o el Banco Mundial y consecuentemente, distanciarse de la crítica cepalina al sistema internacional de centro-periferia.⁴¹ Si algo distinguió la batalla mediática de los industriales en distintos sectores, fue su habilidad retórica de transitar, dependiendo de la coyuntura, entre la defensa del proteccionismo y su respaldo a la libre empresa. No sería tan descabellado entonces, que el accionar político de estos o sus medios visuales de promoción fueran flexibles, al punto de vincular en su mensaje una disposición amable hacia las compañías norteamericanas. En su primer volumen de 1950, manifestaba la *Revista del Petróleo*:

Siguiendo este orden de ideas se reafirma el concepto de la Asociación Nacional de Industriales de que es conveniente que se adopten medidas legislativas y administrativas que den estímulo a la venida de capitales extranjeros para la explotación de los recursos naturales de la Nación y para acelerar el desarrollo económico.⁴²

Cerraré este punto retomando uno de mis argumentos centrales, según el cual la aceptación poco crítica de propaganda e incluso de tendencias fotográficas extranjeras, dificulta asimilar al discurso nacionalista y “autóctono” de los industriales como un fundamento base de su comunión gremial. Expresiones como “patriotismo” o “deber patriótico” tan usuales en textos y proclamas de la ANDI, eran simples eufemismos que invitaban a voceros del rubro fabril a conservar su unidad, reclamando apoyo del Estado pero evitando al mismo tiempo su agencia reguladora.⁴³ La identidad de los manufactureros, descansaba más bien en la autorrepresentación casi apologética de su ocupación. Como se explicará en el próximo subapartado, estos eran abanderados de una modernidad cosmopolita sin fuertes arraigos a las fronteras locales o al sentimiento patrio. Pero no se trataba de una simple modernidad productiva; la industrialización era el paso previo para la sociedad de consumidores, para una adaptación a la lógica de la mercancía y a la vida metropolitana⁴⁴, tal como anotaba Mariano Ospina Hernández, hijo del entonces expresidente Ospina Pérez y director de *Industria Colombiana* luego de la corta gestión de Eduardo Cuellar. En una de sus notas editoriales, Ospina apelaba al tono inclusivo con el siguiente cuestionamiento:

Ahora bien, ¿a quién han beneficiado los grandes adelantos de la técnica sino a las mismas masas trabajadoras en los Estados Unidos? Los millones de automóviles, radios, neveras, cámaras fotográficas, aparatos de televisión, plásticos, etc., que aquel país produce anualmente no pueden ser para unos pocos “capitalistas” que acumulen en sus casas todos esos artefactos, ni siquiera para la exportación, ya que ésta no alcanza a copar más del 10% de la producción norteamericana. Esas comodidades y adelantos son para los millones de trabajadores, de la ciudad y del campo, que con sus esfuerzos han hecho posible no sólo una gran conquista material sino también un progreso cultural sin precedente, como lo atestiguan museos, universidades, orquestas sinfónicas, y en fin toda clase de instituciones culturales de un nivel que ni siquiera sospechamos en nuestros países; porque en síntesis, la industria enriquece a todos por igual, sin distinción de clase social alguna.⁴⁵

⁴¹ Juan Carlos Villamizar, *Pensamiento económico en Colombia: construcción de un saber (1948-1970)* (Bogotá: Universidad del Rosario, 2013), 36; 79-80.

⁴² Anónimo, “sin título”, *Revista del Petróleo*, marzo, 1950, 13.

⁴³ Eduardo Sáenz, *La ofensiva empresarial*, 136.

⁴⁴ Posada, *La promesa del capitalismo*, 142.

⁴⁵ Mariano Ospina Hernández, “Industrialización y proletariado”, *Industria Colombiana*, agosto, 1954, 9.

3.2 “Capitanes de la industria”: patrones e ingenieros a través de las lentes⁴⁶

Según indicaba, la presencia de fuerza laboral en la fotografía industrial escaseaba frente al predominio de la máquina. Sin embargo, las contadas excepciones en donde el elemento humano sobresalió, mostraban otra tendencia u objeto privilegiado por la cámara: el capitalista. Acompañando portadas, secciones biográficas y reportajes, el propietario o técnico al mando de la producción suplía la carencia de personas en el repertorio iconográfico de las revistas. En el sentido de Carlos Dávila, este era la “mano visible del mercado”⁴⁷, el rostro carismático y autorizado que personalizaba la documentación de un proceso económico complejo. Las páginas que protagoniza, buscan exaltar su “titánica” labor en ejecución, así como su capacidad para dominar las fuerzas naturales en busca de la máxima utilidad (figura 9). Se descarta en este caso, igual que con las imágenes de fábricas, que la aparición de ingenieros y directores fuera casual o espontánea. Por el contrario, el rol que desempeñaban en la imagen era preconcebido y acoplado artificiosamente con su ambiente de trabajo. Aunque se les mostrara como personajes de élite, estos se insertaban en los mismos escenarios de la rutina obrera. Su formación profesional de signo pragmático los definía como un compañero más que a pesar de trabajar “hombro a hombro” con su nómina, se distinguía por sus virtudes pedagógicas y conocimientos científicos importados de academias estadounidenses, inglesas o francesas.⁴⁸

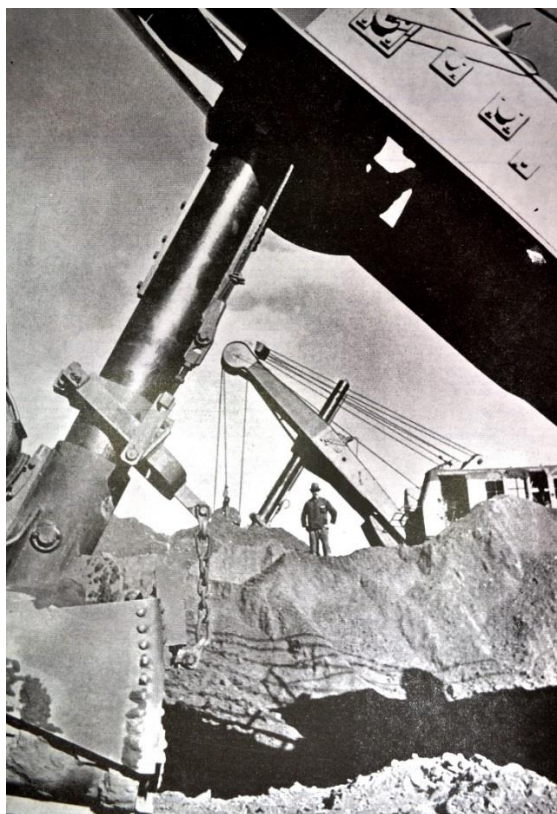


Figura 7. Anónimo, marzo de 1955, “La industria de la construcción” (fotografía, *Industria Colombiana*, Biblioteca Nacional de Colombia, Bogotá, Hemeroteca Manuel del Socorro Rodríguez Bogotá, s. p.)

⁴⁶ En fotografía, el artículo o género para lente suele ser “la” en lugar de “el” o “los”.

⁴⁷ Carlos Dávila, *Empresariado en Colombia*, 13.

⁴⁸ Alberto Mayor Mora, *Ética, trabajo y productividad en Antioquia* (Bogotá: Tercer Mundo, 1989), 270-271.

Cumplir funciones publicitarias, parecía ser una finalidad de las fotografías en cuestión; otra, -menos evidente- fue sintetizar la subjetividad y el *ethos* del industrial: un personaje educado, de rasgos urbanos, dotado con una inteligencia práctica que se convierte –durante el panorama de una transformación económica nacional- en su principal atributo de estatus social e incluso político. Bajo esta interpretación, el retrato del empresario fabril generaliza su apariencia, la reifica y le asigna un sentido, una “forma de verse” ligada a su “forma de actuar”. Adicionalmente, haciendo un breve paréntesis en cuanto a la fotografía, otro tipo de ilustraciones como la caricatura reforzaron mediante una oferta visual más sencilla, esta configuración escénica del patrono industrial. Su posición acomodada (figura 8) y su jerarquía en la organización del trabajo (figura 9), no pasaron desapercibidas en dibujos que ornamentaban secciones informativas de las publicaciones del gremio.⁴⁹



Figura 8. Autor desconocido, agosto de 1956, “Sección de economía y finanzas” (caricatura en revista *Industria Colombiana*, Biblioteca Nacional de Colombia, Bogotá, 21).

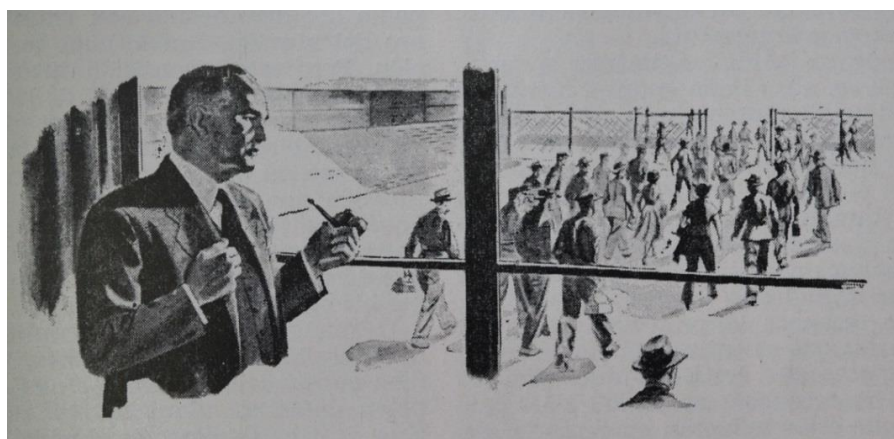


Figura 9. Anónimo, 1954, “Sección Legal” (caricatura en la revista *Industria Colombiana*, Biblioteca Nacional de Colombia, Bogotá).

⁴⁹ La industria no fue una temática muy trabajada por caricaturistas con interés en fenómenos económicos; al menos no lo sería en medios masivos donde el sector cafetero o el bancario sí fueron objeto constante de sátira. En el caso de las figuras 8 y 9, en lugar de una sátira, se reitera la idealización del jefe fabril, así como su distinción social autorepresentada. Sobre caricatura económica ver: Juanita Villaveces, *Caricatura económica en Colombia 1880-2008* (Bogotá: Universidad del Rosario, 2010):17-18.

La socialización de esta estética en soportes editoriales, familiarizó tanto a lectores ocasionales como a suscriptores permanentes con un conjunto de alegorías sobre sus oficios, colegas y trayectorias. No era coincidencia que la reputación del industrial en cargos económicos o políticos, fuera constantemente asociada con la de un visionario. Conceptos tan abstractos como el ingenio o la experticia, lograron ser transmitidos por la cámara fotográfica a personajes puntuales, entrevistados por los mismos corresponsales de las revistas. Muestra de ello sería la figura 10; una portada de la *Revista del Petróleo* en la que Pedro Nel Rueda Uribe, Ministro de minas en 1953, sostiene sus anteojos con firmeza mientras fija una mirada inalterable hacia el frente en señal de tenacidad.

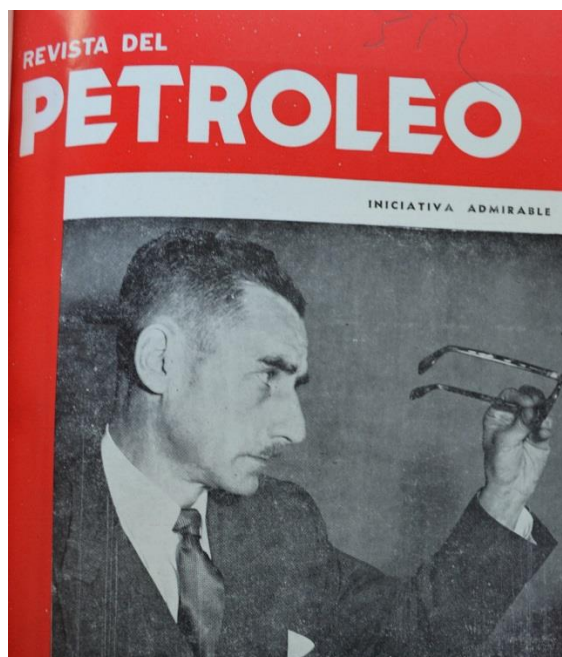


Figura 10. Anónimo, 1953, “Pedro Nel Rueda Uribe, Ministro de Minas y Petróleos” (fotografía en la portada de la *Revista del Petróleo*, Biblioteca Nacional de Colombia, Hemeroteca Manuel del Socorro Rodríguez Bogotá).

Considerando lo dicho, podría afirmarse que el dispositivo de la fotografía –desde su propia materialidad- transportaba el *ethos* pragmático ya mencionado. Imágenes como las anteriores, aparte de su función técnica o alcance propagandístico, vehiculizaron referentes y códigos en los cuales la agremiación industrial pudo (re)conocerse e identificarse con sus propios valores de élite productiva. Algunos boletines periódicos como *Integral Industrial*, dirigida por la Sociedad de Ingenieros Químicos de la Pontificia Universidad Bolivariana de Medellín, fomentaron secciones relacionadas con estos valores o cualidades ejemplares que según sus editores, debería reunir cualquier líder fabril. Columnistas internacionales como Neil Gilchrist harían aportes a esta reflexión inacabada, resumiendo las habilidades del buen industrial en don de mando, discernimiento, honradez intelectual y sentimientos de sociabilidad⁵⁰; aspectos que en mayor o menor medida, fueron exitosamente abreviados por producciones con materiales gráficos y discursos elocuentes de unidad gremial.

⁵⁰ Neil Gilchrist, “La personalidad administrativa”. *Integral Industrial*, mayo de 1958, 7-18.

4. El eco de la identidad: circulación y recepción de lo ensamblado

Una vez abordado el eje principal sobre los modos y estilos que caracterizaron el proyecto fotográfico de los industriales, me parece pertinente desplazar el análisis hacia la movilización y acogida que tendría este en audiencias particulares. Lo anterior con la intención de situar las fuentes señaladas en aquellos escenarios donde son recibidas y resignificadas, complementando así el enfoque principal puesto en la producción e interpretación de las imágenes. Para este cambio de mirada se presentarán algunos casos relevantes que den cuenta por un lado, de los alcances transnacionales experimentados por ciertas revistas y, por otro, de las opiniones cruzadas entre lectores y directivas de estas. Sobre este último punto, cabe agregar que la correspondencia publicada por los mismos magazines entre suscriptores y editores, se presenta como uno de los indicios más estimulantes ante la investigación; al entender las revistas empresariales como productos diseñados para la sociabilidad de su público selecto, resulta indispensable explorar la apropiación y negociación de los rasgos identitarios promulgados por algunos industriales a la cabeza de producciones escritas.

Se había mencionado, por ejemplo, que *Industria Colombiana* llegó a lanzar los índices temáticos de sus volúmenes en alemán, inglés y francés, específicamente después de su primer año de circulación. Es en esta proyección internacional, donde el ensamblaje de la identidad gremial abandonaba su dimensión puramente interna para convertirse en objeto de una discusión más abierta en la que no se hicieron esperar comentarios y sugerencias. Carlos A. León, - negociante colombiano que vivía en Long Island (Nueva York)- escribía en 1955 a Gabriel Baraya, gerente de *Industria*, las siguientes líneas publicadas en la misma:

He leído su revista de mayo del 55 y encontré todos sus artículos de mucho interés. Las gráficas que aparecen en las páginas 32 y 33 darían un gran resultado si fueran publicadas en una revista norteamericana (Life por ejemplo)... pues francamente señor gerente... eso de rascarnos la barriga nosotros mismos en Colombia... no vamos a ningún Pereira.⁵¹

El anhelo era claro: alcanzar una repercusión que superara la limitada difusión local. Sin embargo, no se trataba de un consenso. El debate por una visibilidad global o por una solidaridad más latinoamericana, era un asunto de permanentes afinidades y desencuentros. Contario al concepto emitido por León, otras voces manifestaban su reserva con la excesiva fijación en referencias ajenas, invitando a las iniciativas editoriales del gremio a profundizar las relaciones profesionales de la región y a robustecer los vínculos de los industriales con las naciones y procesos de los que hacían parte. En 1958, el químico mexicano Hugo Ortiz Ortiz se dirigía por escrito a *Integral industrial* (Medellín) para destacar la calidad del material impreso, pero al mismo tiempo, hacer el siguiente llamado de atención:

Yo pienso que es necesario inculcar entre nuestros compañeros más sentido de patria. No sólo sentimentalismo sino orgullo industrial y moral. Y ustedes pueden hacer mucho desde esa tribuna. Pueden por ejemplo incluir artículos en que se hable de nuestros adelantos, nuestros problemas, nuestros triunfos y aspiraciones. Pero poner siempre a la cabeza, aun cuando en un solo artículo por entrega, un título similar a estos: 'PROGRESO INDUSTRIAL DE COLOMBIA' o 'COLOMBIA PUERTA INDUSTRIAL SUDAMERICANA'.⁵²

⁵¹ Carlos A. León, "Cartas a la gerencia", *Industria Colombiana*, agosto-septiembre (1955): 46.

⁵² Hugo Ortiz, "Carta a la dirección", *Integral Industrial*, 7 de marzo de 1958, 58.

En su concepto, Ortiz echaba de menos una reflexión más crítica de la realidad económica cercana. Al igual que *Industria Colombiana* o la *Revista del Petróleo*, *Integral Industrial* presentaba una constante documentación de avances extranjeros (particularmente en el campo de la química); varias de sus notas editoriales o reportajes, tuvieron como centro de discusión los casos de laboratorios canadienses, alemanes o suecos que además de ser novedades científicas, buscaban cumplir una función pedagógica que permitiera aplicar tales invenciones en fábricas nacionales. En este sentido, es comprensible que la opinión de Ortiz, al ser enunciada desde un país simpatizante de las políticas cepalinas como México, aconsejara un sentido de pertenencia más fuerte hacia “lo propio”. Del mismo modo, también era comprensible la poca sorpresa suscitada por revistas como *Integral* y su preferencia por el componente tecnológico del “Primer Mundo”. Aquí, insisto en la dificultad que implica comprender la formación del gremio industrial colombiano al margen de la referencia norteamericana o europea y su propósito instructivo. No era de hecho una materia exclusiva de revistas, ya que llamó la atención de empresarios a cargo de lugares más prácticos para el aprendizaje. Así lo probarían los varios eventos en universidades, el patrocinio de la ANDI a estudiantes de ingeniería en el exterior y la creación del Instituto de Experimentación Industrial en 1955, el cual además de invitar técnicos de compañías internacionales, fundó bibliotecas con literatura científica actualizada por las mismas comunidades fabriles emuladas localmente.

Ahora, si hubo un conjunto de escenarios en donde el alcance de fotografías y revistas industriales fuera realmente provechoso, estos fueron sin duda alguna las exposiciones y ferias internacionales. Para Colombia, la década de 1950 estuvo marcada por numerosas participaciones en certámenes universales del desarrollo; verdaderas “vitriñas” del progreso que al contar con la asistencia masiva de autoridades económicas y políticas, se transformaron paulatinamente en otro tema digno de fotografiarse. Revisemos cronológicamente algunos casos: en 1953 el Ministro de minas y petróleos Pedro Nel Rueda Uribe convocó el Congreso de Geólogos e Ingenieros, seguido de la Exposición Francesa realizada en el Museo Nacional de Bogotá hacia 1954; en marzo de 1955 varias publicaciones informaban los requisitos para acudir a la XXXIII Feria Muestrario Internacional de Valencia; al año siguiente (1956), el Comité Intergubernamental para las Migraciones Europeas (CIME) había preparado en Ginebra una exhibición especial sobre Colombia, invitando a revistas como *Industria Colombiana* a enviar algunos ejemplares para el conocimiento de los delegados.⁵³ Por último, ese mismo año la firma alemana Riensch & Held coordinaba desde su sucursal en Bogotá, las contribuciones nacionales para presentarse en la Feria Industrial de Hannover.

De todos estos proyectos globales, el más ambicioso para los industriales colombianos fue la Feria Exposición Internacional, evento financiado por ACOPI y el Banco Popular y para el cual fue levantado el Centro de Negocios y Exposiciones (actual Corferias). Sus dos primeras versiones (1954 y 1955) contaron con la asistencia de 25 naciones, 100.000 visitantes y 1.127 *stands* con adelantos de todas las regiones y sectores manufactureros⁵⁴. La Feria deslumbró al público con sus cifras –incluyendo al presidente Gustavo Rojas Pinilla y parte de su gabinete (figura 12)-, pero también con su organización logística, llegando a

⁵³ Raymond Y. Rodié, “La revista *Industria Colombiana* invitada a una exposición internacional”, *Industria Colombiana*, 1 de febrero de 1956.

⁵⁴ Fabio Malagón Londoño, “Segunda Feria Exposición Internacional”, *Industria Colombiana*, noviembre de 1955, 11.

convertirse en un certamen que según analistas, arquitectos y decoradores, muy poco debía envidiar a los pabellones de Europa y Estados Unidos con respecto a sus estructuras, iluminación y variedad.



Figura 11. Fotografía anónimo, 1954, “Construcción del Centro de Negocios y Exposiciones (actual Corferias) para Primera Feria Exposición Internacional” (fotografía en la página web de Corferias, consultada el 6 de diciembre de 2015, URL: <http://corferias.com/>).



Figura 12. Fotopress Bogotá, 1954, “El canciller Evaristo Sourdis; el Ministro de Hacienda, Carlos Villaveces; Gabriel Baraya, Gerente de INDUSTRIA COLOMBIANA; Agustín Gastaminza, redactor jefe de INDUSTRIA COLOMBIANA; María Eugenia Rojas Correa; Coronel Ruíz Novoa, Contralor General de la República y Luis Caro Escallón, Ministro de Justicia, comentan en amigable charla el último número de la mencionada revista INDUSTRIA COLOMBIANA, durante la reciente visita de Su Excelencia, el Presidente de la República, a la Primera Feria Exposición Internacional de Bogotá” (Fotografía, Biblioteca Nacional de Colombia, Hemeroteca Manuel del Socorro Rodríguez Bogotá).

Consideraciones finales

A mediados del siglo XX, las élites industriales colombianas pasaron de ser un grupo disperso de familias con leves inversiones en las manufacturas a ser un gremio institucionalizado. En buena medida, su posicionamiento puede explicarse por impulsos externos como la segunda bonanza cafetera (1950-1954) o la inclinación generalizada de las naciones latinoamericanas por modernizar sus economías en el marco de la posguerra.⁵⁵ Sin embargo, poca atención historiográfica siguen recibiendo las estrategias internas mediante las cuales, la incipiente comunidad fabril buscó unificar sus agendas para llevar su fortalecimiento más allá de una coyuntura geopolítica. Aparte del cabildeo o la propaganda masiva mencionados en la literatura disponible, aún hace falta un rastreo más extenso de aquellos mecanismos íntimos utilizados por los mismos industriales para designar un sentido a su agremiación y a su propuesta de desarrollo; solo definiendo dicho sentido y articulando sus intereses bajo una imagen sólida de grupo, estos podrían proyectarse exitosamente ante la opinión pública y la escena política.

Aunque varios fueron los recursos empleados para afianzar la identificación de los empresarios manufactureros con su colectividad, me interesaban las posibilidades técnicas que ofreció la fotografía para personalizar y significar la emergente industrialización nacional, sustentando así un proyecto de representación gremial. Considero que tal proyecto fue deliberado, ya que detrás del estilo documental utilizado en las publicaciones del sector fabril, hubo un ejercicio sistemático de producción, selección y reproducción de imágenes con pautas particulares. En este orden, la fotografía logró condensar ciertas nociones o referencias visuales asociadas a la industria, fijándolas como elementos de reconocimiento y al mismo tiempo de distinción. De reconocimiento en la medida que exaltó las rutinas, espacios y conquistas de un proceso asimilado por sus artífices como “propio” o “compartido”. De distinción, por su parte, en tanto que privilegió una estética cercana a las dinámicas industriales y contrapuesta a otros rubros productivos como el agro. Destacar la similitud y valerse de la diferencia; ambos fueron procedimientos para escenificar un adentro y un afuera del gremio: crear, en términos de Stuart Hall, un “efecto de frontera” indispensable para legitimar la identidad.⁵⁶

Cabe advertir nuevamente, que la lectura de las fuentes estudiadas no estaría completa sin la inclusión de los soportes materiales en que fueron desplazadas; a saber, revistas y boletines (algunas más cercanas a la ANDI que otras) las cuales operaron como espacios de sociabilidad y de alfabetización técnica entre colegas. Esto vuelve esencial el concepto de ensamblaje para pensar la identidad en cuestión, ya que denota un proceso de intercambios, ajustes y contribuciones a la autorrepresentación ejercida por empresarios de distintos campos y criterios. Pareciera presentarse así una doble reflexión. La primera, invita a complejizar la mirada histórica de agentes económicos como los gremios, abriendo la posibilidad de verlos también como productores de significados y nociones de su sociedad. La segunda, de corte más metodológico, sugiere una disposición diferente frente a la fotografía, que en lugar de ilustrar el pasado, motiva a indagar innumerables operaciones codificadas bajo un imaginario de transparencia documental.

⁵⁵ Carlos Caballero Argáez, “Café, industria y política económica: ¿Quién manejó la economía colombiana entre 1930 y 1990?” (Ponencia presentada en el Seminario de Historia Empresarial y Económica dirigido por el Grupo de Historia y Empresariado de la Universidad de los Andes, Bogotá, Colombia, 13 de noviembre de 2015).

⁵⁶ Stuart Hall, *Cuestiones de identidad*, 16.

Bibliografía

Fuentes Primarias

Imágenes

Biblioteca Luis Ángel Arango (BLAA), Bogotá.

Biblioteca Nacional de Colombia (BNC), Bogotá.

“Corferias”, Corferias Bogotá-Centro Internacional de Negocios, <http://corferias.com/> (consultado el 20 de noviembre de 2015).

Libros

Departamento Nacional de Estadística. *Primer Censo Industrial de Colombia: 1945*. Bogotá: Imprenta Nacional, 1947.

Publicaciones periódicas

El Tiempo. Bogotá, 1959.

Industria Colombiana. Bogotá, 1954-1960.

Industrias Colombianas: transportes, comercio, trabajo. Bogotá, 1953-1954.

Integral Industrial. Medellín, 1956-1960.

Química e Industria. Bogotá, 1949-1951.

Revista del petróleo. Bogotá, 1950-1955.

Fuentes secundarias

Brando, Carlos. “La industrialización a medias”. En *Nueva Historia Económica de Colombia*, editado por Salomón Kalmanovitz. Bogotá: Taurus y Universidad Jorge Tadeo Lozano, 2010, 197-213.

Berman, Marshall. *Todo lo sólido se desvanece en el aire. La experiencia de la modernidad*. Buenos Aires: Siglo XXI, 1989.

Bejarano, Jesús Antonio. “Industrialización y política económica (1950-1976)”. En *Colombia hoy*, editado por Mario Arrubla. Bogotá: Siglo XXI, 1985, 221-270.

Castro Gómez, Santiago. *Tejidos oníricos: movilidad, capitalismo y biopolítica en Bogotá (1910-1930)*. Bogotá: Pontificia Universidad Javeriana, 2009.

Cornejo, Tomás. “Fotografía como factor de modernidad: territorio, trabajo y trabajadores en el cambio de siglo”. *Historia* 45 (2012): 5-48.

Dávila, Carlos. *Empresariado en Colombia: perspectiva histórica y regional*. Bogotá: Universidad de los Andes, 2012.

Farnsworth-Alvear, Ann. *Dulcinea in the Factory: Myths, Morals, Men, and Women in Colombia's Industrial Experiment, 1905-1960*. Durham & London: Duke University Press, 2000.

Foss, Lene. “Going against the Grain... Construction of Entrepreneurial Identity through Narratives”. En *Narrative and Discursive Approaches in Entrepreneurship*, editado por Daniel Hjorth y Chris Steyaert. Cheltenham, UK & Northampton, MA: Edward Elgar, 2004, 80-104.

González Stephan, Beatriz. “Las tarjetas de visita: racialidad y disciplinamiento de ciudadanías blanqueadas en la pardocracia venezolana”. En *La nación expuesta. Cultura*

- visual y procesos de formación de la nación en América Latina, editado por Sven Schuster. Bogotá: Universidad del Rosario, 2014, 123-151.
- Hall, Stuart. *Cuestiones de identidad cultural*. Buenos Aires: Amorrortu, 2003.
- Hjorth, Daniel, y Chris Steyaert. Introduction to *Narrative and discursive approaches in entrepreneurship*, de Daniel Hjorth y Chris Steyaert, 1-7. Cheltenham, UK & Northampton, MA: Edward Elgar, 2004.
- Ledo, Margarita. *Documentalismo fotográfico. Éxodos e identidad*. Madrid: Cátedra, 1998.
- León, Paulo César. “La literatura sobre la industrialización colombiana: balance y perspectivas”. *INNOVAR* 23 (2004): 182-207.
- Lindgren, Monica, y Johann Packendorff. “Social constructionism and entrepreneurship. Basic assumptions and consequences for theory and research”. *International Journal of Entrepreneurial behavior & research* 15:1 (2009): 25- 47.
- López Uribe, María del Pilar. *Salarios, vida cotidiana y condiciones de vida en Bogotá durante la primera mitad del siglo XX*. Bogotá: Universidad de los Andes, 2011.
- Lugon, Olivier. *El estilo documental. De August Sander a Walker Evans (1920-1945)*. Salamanca: Universidad de Salamanca, 2010.
- Maldonado, Alexander. “La evolución del crecimiento industrial y transformación productiva en Colombia 1970-2005: patrones y determinantes”. Tesis de maestría en Economía, Universidad Nacional de Colombia Sede Bogotá, 2010.
- Mayor Mora, Alberto. *Ética, trabajo y productividad en Antioquia. Una interpretación sociológica sobre la influencia de la Escuela Nacional de Minas en la vida, costumbres e industrialización regionales*. Bogotá: Tercer Mundo, 1989.
- Mitchell, W.J.T. Introduction to *Landscape and Power*, W.J.T. Mitchell, 1-4, Chicago: The University of Chicago Press, 2002.
- Mumford, Lewis. *Técnica y civilización*. Madrid: Alianza, 1971.
- Pantoja, Antonio. “La imagen como escritura. El discurso visual para la historia”. *Norba. Revista de Historia* 20 (2007): 185-208.
- Peralta, Victoria. *Distinciones y exclusiones. En busca de cambios culturales en Bogotá durante las repúblicas liberales. Una historia cultural de Bogotá (1930-1946)*. Bogotá: Academia Colombiana de Historia, 2013.
- Pérez Pinzón, Luis Rubén. “Perspectivas historiográficas sobre la historia empresarial del nororiente de Colombia” (Ponencia presentada en el Seminario de Historia Empresarial y Económica dirigido por el Grupo de Historia y Empresariado de la Universidad de los Andes, Bogotá, Colombia, 27 de febrero de 2015).
- Posada, Juan Esteban. “La promesa del capitalismo en Medellín (Colombia, 1939-1962)”. *Historia Crítica* 57 (2015): 141-160.
- Rodríguez, Juan Camilo. *Historia de la Empresa de Energía de Bogotá*. Bogotá: Universidad Externado de Colombia, 2000.
- Sachs, Wolfgang (ed.). *The Development Dictionary: A Guide to Knowledge as Power*. New York: Zed Books, 2010.
- Sachse, Rolf. “Architectural Photography”. En *Encyclopedia of Twentieth-Century Photography*, editado por Lynne Warren. New York: Taylor & Francis, 2006, 56-63.
- Sáenz Rovner, Eduardo. *La ofensiva empresarial: industriales, políticos y violencia en los años 40 en Colombia*. Segunda edición. Bogotá: Universidad Nacional de Colombia, 2007.

- Serrano, Eduardo. *Historia de la fotografía en Colombia (1950-2000)*. Bogotá: Planeta, 2006.
- Tirado, Álvaro. “Teorías y conceptos para analizar las organizaciones gremiales de empresarios”. *Revista Mexicana de Sociología* 77, 3 (2015): 467-495.
- Villamizar, Juan Carlos. *Pensamiento económico en Colombia: construcción de un saber (1948-1970)*. Bogotá: Universidad del Rosario, 2013.
- Villaveces, Juanita. *Caricatura económica en Colombia 1880- 2008*. Bogotá: Universidad del Rosario, 2010.
- Wade, Peter. “Identidad”. En *Palabras para desarmar*, editado por Margarita Serge, María Cristina Suaza y Roberto Pineda. Bogotá: Ministerio de Cultura- ICANH, 2002, 255-264.
- Wojno Kiefer, Geraldine. “Industrial Photography”. En *Encyclopedia of Twentieth-Century Photography*, editado por Lynne Warren. New York: Taylor & Francis, 2006, 781- 786.