

**HISTORIOGRAFIA EMPRESARIAL DE FOTO-SERRANO
EN EL MUNICIPIO DE GIRARDOT**

JHON ALEXANDER FONSECA RINCÓN
Código: 310210208

UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS ECONOMICAS Y CONTABLES
PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
SECCIONAL GIRARDOT
2016

**HISTORIOGRAFIA EMPRESARIAL DE FOTO-SERRANO
EN EL MUNICIPIO DE GIRARDOT**

JHON ALEXANDER FONSECA RINCÓN
Código: 310210208

**Trabajo presentado como opción de grado para optar al título de
Administrador de Empresas**

Docente Asesor
ARTURO SERRANO MENDOZA

UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS ECONOMICAS Y CONTABLES
PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
SECCIONAL GIRARDOT
2016

DEDICATORIAS

A Dios por darme sabiduría y entendimiento en todos los momentos de mi vida.

A mis padres por su dedicación y apoyo, quienes han sido la guía y el camino para poder llegar a este punto de mi carrera con su ejemplo y brindarme una calidad de vida con valores durante mi formación como ser responsable y de bien ante la sociedad.

AGRADECIMIENTOS

Agradezco a Dios por iluminarme con Espíritu Santo.

A mis Padres, Esteban Fonseca Ruiz y María Belén Rincón por haberme apoyado en todo momento durante toda mi carrera universitaria y en la culminación de este trabajo de investigación.

A la Universidad de Cundinamarca por darme la oportunidad ingresar y culminar mis estudios como Profesional.

Al Docente Arturo Serrano por su colaboración y disposición en las entrevistas realizadas y en las asesorías que necesité durante la construcción del presente documento historiográfico.

CONTENIDO

	Pág.
INTRODUCCIÓN.....	7
1. TITULO	9
2. ÁREA, LÍNEA, PROGRAMA Y TEMA DE INVESTIGACIÓN.....	10
3. FORMULACION DEL PROBLEMA.....	11
4. OBJETIVOS.....	12
5. JUSTIFICACIÓN.....	13
6. MARCOS DE REFERENCIA	14
6.1.1 La Teoría Organizacional..	14
6.1.2 ¿Qué es una organización?	14
6.1.3 Diferencia entre Organización y Grupo.	14
6.1.4 Tipos de organizaciones.	15
6.1.5 Historiografía.	15
6.1.6 Historiografía Empresarial (Bussines History).	16
6.1.7 Relación entre Historiografía y Desarrollo Económico.	16
6.1.8 Desarrollo Empresarial y su Efecto en el Desarrollo Económico.	16
7.3 MARCO INSTITUCIONAL	18
7. DISEÑO METODOLOGICO.....	20
8. RECURSOS.....	21
9. DESARROLLO HISTÓRICO DE LA FOTOGRAFÍA	22

9.1 ANTECEDENTES: LA CÁMARA OSCURA	22
9.2 HELIOGRAFÍA (1816 – 1827)	22
9.3 DAGUERROTIPIA Y CALOTIPIA (1839-1860)	23
9.4 LA FOTOGRAFÍA SE INTERNACIONALIZA	23
9.5 KODAK LA EMPRESA LÍDER MUNDIAL EN FOTOGRAFÍA	24
10. LA FOTOGRAFÍA LLEGA A COLOMBIA.....	26
10.1 BREVE HISTORIA DE LA FOTOGRAFÍA EN COLOMBIA.	26
10.2 ALGUNAS CASAS DE LA FOTOGRAFÍA EN COLOMBIA.....	27
11. CONTEXTO HISTÓRICO GIRARDOTEÑO PREVIA LLEGADA DE FOTO-SERRANO.....	29
11.1 ALCALDES DE GIRARDOT	32
11.2 FOTO-SERRANO (1930- 2016)	33
11.2.1 Primera Generación. (1930-1954) (Deogracias Serrano).	33
11.2.2 Segunda Generación (1954-1986) (Pedro Agustín Serrano).	35
11.2.3 Tercera Generación (1986- Actualidad)(Arturo Serrano Mendoza).	36
11.3 ACTUALIDAD DE FOTO SERRANO (SERRANO- FOTOGRAFÍA Y TECNOLOGÍA)	38
11.4 CONCEPTOS ADMINISTRATIVOS APLICADOS EN EL NEGOCIO FOTO-SERRANO	39
12. CONCLUSIONES.....	41
BIBLIOGRAFÍA.....	42
ANEXOS.....	43

INTRODUCCIÓN

El presente documento es el resultado de una investigación historiográfica desarrollada en torno a Foto-Serrano, unidad económica de gran relevancia dentro del municipio de Girardot, por su significativa trayectoria a lo largo de gran parte del siglo XX y las particularidades en su desarrollo que le convierten en un caso especial de emprendimiento en la Región del Alto Magdalena.

La toma de decisiones basada en un amplio conjunto de herramientas conceptuales y el empleo del conocimiento académico o componente teórico, como sustento de su actividad, hacen de Foto-Serrano un negocio distinto, además, la sostenibilidad lograda durante 85 años, soportando variados períodos de la historia colombiana, y local, son evidencia patente de la gran utilidad, que en términos de emprendimiento, deriva del acervo cultural e intelectual.

Tres relevos generacionales ha sufrido la dirección de Foto-Serrano a lo largo de su historia, y la descripción de cada uno de ellos, con el mayor detalle posible, y evitando al máximo verter opinión personal alguna sobre la narración, es el reto que se acepta como estudiante del Programa de Administración de Empresas de la Universidad de Cundinamarca, para optar por el título de profesional.

No sería comprensible el abordar un trabajo historiográfico de esta índole, sin intentar identificar los conceptos administrativos o herramientas gerenciales empleadas, además de los principios organizacionales, morales y éticos; para lo cual fue aplicado un cuestionario, a modo de entrevista, al actual propietario y gerente de Foto-Serrano, el señor Arturo-Serrano, quien además es en la actualidad, docente del Programa de Administración de Empresas de la Universidad de Cundinamarca.

Las respuestas del señor Arturo Serrano, representan una fuente primaria de información, y son en gran parte, la base sobre la cual se construye el relato histórico del negocio, a través del ejercicio de aplicación del cuestionario fue posible identificar la conducta económica, expresada en valores como la capacidad de ahorro, el nivel de innovación, alerta y respuesta de oportunidades, manejo de información, formación de redes comerciales, manejo del crédito, entre otros tópicos; por parte de quienes han asumido su liderazgo. También fue posible conocer la relación existente entre los miembros de la familia Serrano y la política, en el intento de identificar si se presenta en los miembros del empresariado

girardoteño, ese común denominador del empresariado en otras regiones del país, sobre todo aquel cuyo desarrollo se dio a lo largo del siglo XIX¹. En tercer lugar el perfil socio-económico de los protagonistas en el desarrollo de Foto-Serrano, que se manifiesta en rasgos como el estatus social, la movilidad social, origen, religión, motivos de la actividad empresarial y las características definitorias de su personalidad. El papel de los negocios dentro de su vida, su cosmopolitanismo, el estilo de dirección, el grado de confianza en sí mismos, ideología, misión y visión, componen los dos últimos puntos del estudio en los que es posible hacer un boceto sobre su estilo de vida y mentalidad.

Al final del documento se realiza una descripción de su realidad actual, como el resultado de todo el acontecer histórico que Foto-Serrano lleva a cuestras, en el cual se explica por qué se modifica el nombre a “Serrano- Fotografía y Alta Tecnología” y se establece luego una relación entre los estilos de dirección identificados en cada uno de sus gerentes-propietarios y lo que dicta la teoría administrativa al respecto, con el ánimo de adicionar el componente académico, desde la óptica del estudiante de Administración de Empresas. Al final se elaboran una serie de conclusiones en las que se extraen las enseñanzas más importantes que deja la investigación, tanto para quien la desarrolla como para el lector, quien probablemente desee en algún instante iniciar su propio proyecto de negocio y muy seguramente necesite un referente, que le permita conocer e identificar los factores que, dentro de un escenario específico como Girardot, conlleven al éxito, expresado en términos de sostenibilidad, proyección y rentabilidad.

¹ Carlos Dávila Ladrón de Guevara: Empresariado en Colombia: Perspectiva Histórica y Regional.

1. TITULO

“HISTORIOGRAFIA EMPRESARIAL DE FOTO-SERRANO EN EL MUNICIPIO DE GIRARDOT”.

2. ÁREA, LÍNEA, PROGRAMA Y TEMA DE INVESTIGACIÓN

2.1 ÁREA

Administración y Organizaciones

2.2 LÍNEA

Desarrollo organizacional y Regional

2.3 PROGRAMA

Administración de Empresas

3. FORMULACION DEL PROBLEMA

¿Qué factores tuvieron lugar durante los años en que se originó la empresa FOTO SERRANO?

¿Cuál fue el impacto de los factores políticos, económicos y socio-culturales de la época sobre el desarrollo de la empresa?

¿Qué características a nivel administrativo y gerencial se pueden identificar en los líderes de la empresa?

¿Es posible definir algún modelo organizacional a partir del estilo de Administración de la empresa, que sirva como referente para el análisis de posteriores organizaciones?

4. OBJETIVOS

4.1 OBJETIVO GENERAL

Investigar la evolución empresarial de la empresa FOTO SERANO; identificando los factores económicos, políticos y socio-culturales que definen el marco histórico dentro del que tuvo lugar su origen y desarrollo como empresa; así como sus aportes al desarrollo del municipio de Girardot periodo 1931– 2016.

4.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Diseñar el instrumento a utilizar (entrevista) para la indagación sobre el origen, evolución y desarrollo de la empresa Foto-Serrano.
- Determinar las condiciones políticas, sociales y económicas en las que tuvo lugar el origen, evolución y desarrollo de la empresa.
- Definir el aporte de la empresa al desarrollo del municipio de Girardot, durante los años 1931 - 2016, y a la consolidación de un modelo empresarial girardoteño sostenible.

5. JUSTIFICACIÓN

El estudiante investigador de la Universidad de Cundinamarca Seccional Girardot, busca con la presente investigación exaltar y reconocer la labor de los líderes tras la empresa Foto-Serrano, como empresarios relevantes dentro de la región del Alto Magdalena, quienes por medio de su actividad organizacional; han jugado un rol activo dentro de la búsqueda y fomento del progreso, con constancia, dedicación, perseverancia y mucho esfuerzo; logrando así un significativo desarrollo en sus negocios y una alta contribución al desarrollo de la ciudad de Girardot.

De esta manera la presente investigación profundiza la labor llevada a cabo por los artífices y desarrolladores de un proyecto empresarial sustentable como lo es la empresa Foto-Serrano, además resalta los múltiples valores que como seres humanos tienen y que les convierte en un ejemplo a seguir por estudiantes, empleados y profesionales que están incursionando en el ámbito de crear empresa; motivándoles y eliminando su miedo, a seguir los pasos que con dedicación, perseverancia y ganas le llevaron al puesto de gran hombre de negocios, merecedor de todo el reconocimiento que hoy le es propio y a que hacemos alusión con el presente trabajo historiográfico.

La importancia de este trabajo reside entonces en el hecho de que permitirá al lector el conocimiento de las circunstancias, como factores sociales, políticos, económicos, entre otros; que dieron lugar al nacimiento de la empresa Foto-Serrano, componente del significativo número de empresas existentes desde la época de 1940 hasta la actualidad; ofreciendo un referente para la comprensión del empresariado girardoteño de la época, la identificación de los cambios entre el escenario organizacional del tiempo en mención y el actual; y la creación de empresas o generación de ideas y proyectos de negocio por parte de los emprendedores contemporáneos.

6. MARCOS DE REFERENCIA

6.1 MARCO TEÓRICO

6.1.1 La Teoría Organizacional. Las organizaciones son creadas para producir alguna cosa: servicio o producto. Por lo tanto, utilizan la energía humana y la no humana para transformar materias primas en productos o servicios².

6.1.2 ¿Qué es una organización? La influencia de las organizaciones viene de los albores de la humanidad. Había divisiones de tareas ya en las primeras tribus, pero de manera conjunta logramos unos objetivos. Dentro de las organizaciones hay objetivos comunes. Nacen con una finalidad concreta. En el ejemplo de las legiones romanas era controlar la paz en los territorios conquistados, las personas, dentro de las organizaciones, cumplen una función determinada, la coordinación y unión de estas tareas lleva a los objetivos comunes.

Definimos las organizaciones: instituciones en las que las personas se unen en sus esfuerzos, realizando tareas complejas, para lograr objetivos comunes (individuales y colectivos). Las personas pueden realizar por sí solas actividades complejas. De ahí la importancia de las organizaciones. El hecho de trabajar coordinados entre sí para unos objetivos comunes no impide que las personas, dentro de la organización, busquen objetivos individuales.

Entendemos que son entidades legales independientes, tienen capacidad para contratar, realizar intercambios, transacciones. En ese sentido son soberanas.

6.1.3 Diferencia entre Organización y Grupo. Un grupo son dos o más personas trabajando juntas. Sin embargo, dentro de las organizaciones, tenemos dos o más grupos trabajando juntos. Hay tres niveles: individuo, grupo y organización. En el grupo sólo hay dos niveles: individuo y grupo. Ejemplos de organizaciones: universidad, Corte Inglés,....Ejemplos de grupos: familia (padre e hijos solamente), equipo de fútbol (jugadores y entrenador).

² Chiavenato, Idalberto; Robbins y Coulter; Concepto y Principios de la Organización.

6.1.4 Tipos de organizaciones. Existen criterios diversos para diferenciarlas: objetivos, tecnología empleada, forma de obtener consenso, beneficiarios.

La importancia de las organizaciones es muy grande, son vitales en nuestra sociedad. Aparecen incluso para actividades sencillas. Para actividades complejas es necesaria la coordinación de tareas realizadas por varias personas. Actuando solo, podemos aspirar únicamente a realizar actividades simples. El trabajo de las personas aumenta la productividad, no sumando esos esfuerzos sino potenciándolos. Ejemplos: Ford y General Motors. En 1921, Ford reduce el 25% el precio de sus coches. Fabricando a gran escala tenía unos costes menores que sus competidores, y esto le permitía reducir los precios, mientras sus competidores, como G.M. no podían seguirle, por lo que ésta última perdió el 75% de sus ventas. G.M. estaba dividido en varias empresas que fabricaban distintos modelos, compitiendo entre sí. Mientras, Ford ofrecía un único modelo básico, sin variantes. G.M. se plantea cómo hacer frente a la situación.

Alfred Sloan llega a la presidencia, dice que no tiene sentido que sus distintas divisiones compitan entre sí. Por ello segmenta su mercado, y cada modelo es dirigido hacia una clase concreta de consumidor. Así ejerce una competencia mayor contra Ford, pero el problema era coordinar las actividades de cinco divisiones de la empresa. Para ello crea la organización multidivisional, asignando poderes a cada división y actuando de forma casi independiente, rindiendo cuentas a la dirección. Existía coordinación entre ellas para actividades comunes. Así, la actividad diaria y sus problemas no eran responsabilidad de los estamentos superiores. Por su parte, la organización de Ford estaba muy centralizada. Ambos sistemas tienen sus inconvenientes. El de Ford no ofertaba satisfaciendo los gastos de todos los consumidores³

6.1.5 Historiografía. La historiografía es el registro escrito de la historia, la memoria fijada por la propia humanidad con la escritura de su propio pasado. El término proviene de historiógrafo, y éste del griego ιστοριογράφος historiográphos, de ἱστορία historia 'historia' y -γράφος gráphos, de la raíz de γράφειν gráphein 'escribir'; o sea, el que escribe (o describe) la historia⁴.

<http://www.monografias.com/trabajos12/lasorgz>
<https://es.wikipedia.org/wiki/Historiogra>

6.1.6 Historiografía Empresarial (Business History). La escritura de la historia colombiana, a excepción de algunos trabajos, padece esta misma característica. Al introducirnos en el terreno de la reflexión disciplinar acerca de la historiografía, esto es, la producción escrita sobre temas y procesos históricos (Fontana, 1999: 9) acaecidos en el país, nos encontramos con un panorama poco alentador. Escasos trabajos promueven una de las labores esenciales y no menos importantes del historiador: reflexionar y pensar sobre la historiografía.

Para avanzar y renovar el grado de investigación histórica en el país, es necesario no solo la revisión de los rumbos que ha tomado la escritura de la historia en su labor de reconstruir, explicar e interpretar la historia sino, también, el análisis de las relaciones que se producen por la concurrencia de los historiadores y sus obras en el campo historiográfico nacional. De esta manera "la historia parece verse obligada a mirarse al espejo, aplicando para su propio autoexamen y estudio todas las herramientas que se han ido desarrollando y perfeccionando en los últimos ciento treinta años" (Aguirre, 2004: 144). Necesidad hoy impostergable que llama a los historiadores a impulsar y consolidar el estudio y análisis de la historia de la historiografía.

6.1.7 Relación entre Historiografía y Desarrollo Económico. La historiografía es el arte plasmar la historia o el pasado, y el desarrollo económico es la manera como las naciones o regiones generan riqueza y prosperidad entre sus habitantes, la relación entre historiografía y desarrollo económico nace de la forma que se toman en cuenta acontecimientos que ya pasaron para en la actualidad generar un desarrollo empresarial sostenible tomando como referencia la historia.

6.1.8 Desarrollo Empresarial y su Efecto en el Desarrollo Económico. A medida que existen más empresas con altos niveles de desarrollo económico, existirá mejor desarrollo económico de las ciudades y de los países. Las empresas generan utilidades, generan empleo.

6.2 MARCO LEGAL

- Constitución Política de Colombia, en el Título I: DE LOS PRINCIPIOS FUNDAMENTALES y en su Artículo 1°, donde nuestra República está fundada en el respeto de la dignidad al trabajo.

- Código de comercio (Decreto 410 de 1971), en sus Artículos 110 y complementarios que constituyen el marco legal de las sociedades comerciales, de igual forma hace referencia a su constitución y funcionamiento. Incluyendo además, el TÍTULO I: Calificación de los Comerciantes.

Artículo 10.- Son comerciantes las personas que profesionalmente se ocupan en alguna de las actividades que la ley considera mercantiles.

La calidad de comerciante se adquiere aunque la actividad mercantil se ejerza por medio de apoderado. Intermediario o interpuesta personal.

Respecto a los libros que debe llevar un comerciante el Código de comercio establece:

ARTICULO 48. CONFORMIDAD DE LIBROS Y PAPELES DEL COMERCIANTE A LAS NORMAS COMERCIALES - MEDIOS PARA EL ASIENTO DE OPERACIONES.

ARTICULO 49. LIBROS DE COMERCIO - CONCEPTO. Para los efectos legales, cuando se haga referencia a los libros de comercio, se entenderán por tales los que determine la ley como obligatorios y los auxiliares necesarios para el completo entendimiento de aquéllos.

Por otro lado el decreto reglamentario 2649 de 1993 se refiere con mayor detenimiento sobre los libros que se deben llevar y registrar y como se deben llevar:

- Código de Comercio. Libro Tercero. De los Bienes Mercantiles. Título I. Del Establecimiento de Comercio. Capítulo I. Establecimientos de Comercio y su Protección Legal. Artículo 515. Establecimiento de comercio es el conjunto de bienes organizados por el empresario para realizar los fines de la empresa.
- DIAN. Garantiza el cumplimiento de las obligaciones tributarias aduaneras, cambiarias y facilita las operaciones del comercio internacional como local.
- Ley 1314 de 2009. Ley que regula los principios y normas de contabilidad e información financiera y de aseguramiento de información aceptados en Colombia, se señalan las autoridades competentes, el procedimiento para su

expedición y se determinan las entidades responsables de vigilar su cumplimiento.

Ley 1429 de 2010, denominada Ley⁵ de formalización y generación de empleo trajo consigo beneficios tributarios (impuestos, tasas y contribuciones). Las pequeñas empresas que se acojan a los beneficios contemplados por el artículo 4 de la ley 1429 de 2010, no se les practicará retención en la fuente por el tiempo que las cobije el beneficio.

6.3 MARCO INSTITUCIONAL

Relacionado a las instituciones que han sido de gran ayuda para la profundización de la respectiva reestructuración organizacional llevada a cabo sobre la empresa **FOTO-SERRANO**.

- Cámara de Comercio de Girardot
- La Alcaldía Municipal de Girardot
- Universidad de Cundinamarca y la Biblioteca Institucional

6.4 MARCO CONCEPTUAL

CALOTIPO: Se trata de una imagen negativa sobre papel. Las copias obtenidas por contacto sobre otro papel sensible, es decir copias que provienen de positivar un calotipo negativo, también reciben el nombre de calotipos. La imagen obtenida es un positivo por ennegrecimiento directo (POP-Printing-Out-Paper).⁶

CÁMARA: Aparato que sirve para registrar imágenes estáticas o en movimiento. (2) Habitación o pieza principal de una casa, o habitación de uso privado o restringido, especialmente la que adquiere circunstancialmente importancia o solemnidad especial⁷.

⁵http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley/2010/ley_1429_2010.html

⁶ Centro de Fotografía de Montevideo.

DAGUERROTIPO: El daguerrotipo, también conocido como "daguerreotipo", fue el primer procedimiento fotográfico anunciado y difundido oficialmente en el año 1839⁸.

ESTRATEGIA: Serie de acciones muy meditadas, encaminadas hacia un fin determinado.

FOTOGRAFÍA: Técnica de obtención de imágenes por la acción química de la luz sobre una superficie con unas características determinadas.

PLANEACIÓN ESTRATÉGICA: La Planificación estratégica es un proceso sistemático de desarrollo e implementación de planes para alcanzar propósitos u objetivos. La planificación estratégica, se aplica sobre todo en los asuntos militares (donde se llamaría estrategia militar), y en actividades de negocios.

TECNOLOGÍA: Tecnología es el conjunto de conocimientos técnicos, científicamente ordenados, que permiten diseñar y crear bienes y servicios que facilitan la adaptación al medio ambiente y satisfacer tanto las necesidades esenciales como los deseos de la humanidad.

ESTILO DE DIRECCION: Es la forma como el administrador maneja una organización y va desde el autoritarismo hasta un estilo totalmente democrático.

DESARROLLO ECONOMICO: Desarrollo económico es la manera como las naciones o regiones generan riqueza y prosperidad entre sus habitantes.

DESARROLLO SOCIAL: El desarrollo social se refiere al desarrollo del capital humano y capital social en una sociedad. Implica una evolución o cambio positivo en las relaciones de individuos, grupos e instituciones en una sociedad. Implica principalmente Desarrollo Económico y Humano. Su proyecto a futuro es el Bienestar social.

⁸ Wikipedia.

7. DISEÑO METODOLOGICO

El enfoque de la investigación es de tipo cualitativo porque se pretende describir una secuencia de hechos que condujeron a la creación de la empresa Foto-Serrano como unidad empresarial relevante del municipio de Girardot.

Alcance de la Investigación: el tipo o alcance de la investigación es Descriptiva, dado que está dirigida a investigar una realidad relevante en torno a la profesión de la Administración de Empresas como lo es el desarrollo de una organización durante el período 1931-2016, y todo lo que tuvo incidencia dentro del proceso.

La metodología que llevara a cabo la presente investigación está fundamentada en la revisión de textos, archivos y entrevistas, que mencione todo lo relacionado con los estudios historiográficos realizados a la empresa Foto-Serrano y su contribución empresarial en la provincia del Alto Magdalena.

7.1 TIPO DE INVESTIGACION

El tipo de investigación a desarrollar es Descriptiva – Histórica por medio de la información más relevante escogida a través de entrevistas, relatos, y textos.

7.2 CARACTERIZACIÓN DE LA POBLACIÓN

Se identifica principalmente a quienes posean un aporte de carácter científico o histórico que contribuya al desarrollo del presente trabajo.

7.3 TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN

Para recolectar la información se empleó la entrevista, el relato de familiares, y textos mediante el cuestionario con preguntas prediseñadas.

7.4 TÉCNICAS DE PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE DATOS

Para procesar la información se registró y clasificó la información obtenida del empresario y se analizó a la luz de la información exógena encontrada.

8. RECURSOS

8.1 RECURSOS HUMANOS:

Estudiantes investigadores: John Alexander Fonseca Rincón

8.2 RECURSOS MATERIALES:

Grabadora, equipo de cómputo, Memoria USB, resma de papel, impresora, cámara digital.

8.3 RECURSOS INSTITUCIONALES

Universidad de Cundinamarca, Banco de la República, Cámara de Comercio, Oficina Asesora de Planeación Municipal.

8.4 RECURSOS FINANCIEROS

Gastos de Transporte, gastos insumos, asesorías.

9. DESARROLLO HISTÓRICO DE LA FOTOGRAFÍA

El abordaje, desde la perspectiva histórica, de una empresa dedicada en principio a la fotografía, necesariamente implica se destine un espacio para describir el desarrollo histórico de la fotografía, desde sus orígenes, hasta la actualidad.

9.1 ANTECEDENTES: LA CÁMARA OSCURA

Durante el siglo XVI, casi seis décadas después del denominado Renacimiento Europeo⁹, el afán de los pintores por recrear de forma idéntica toda suerte de imágenes, a través de la pintura, llevó a que se emplease un procedimiento, sobre el que se tenía algún conocimiento en los siglos X y XI, pero que había sido abandonado por la, en aquel entonces, poca utilidad práctica; denominado Cámara Oscura, consistente, principalmente, en, dentro de un cuarto oscuro, con un orificio a través del cual penetraba la luz proveniente del exterior, proyectar las imágenes exógenas en una de sus paredes. Posteriormente las formas proyectadas en la pared eran reteñidas por los pintores sobre un lienzo.

La técnica fue muy famosa desde aquel entonces, más no tuvo incidencia sobre la fotografía, hasta que fue relacionada con la reacción que algunas sales de la plata producían al contacto con la luz, descubrimiento realizado por el científico sueco Carl Wilhelm Scheele¹⁰, y el suizo Jean Senebier¹¹.

9.2 HELIOGRAFÍA (1816 – 1827)

El deseo de mejorar el procedimiento de la litografía (que había sido inventado en 1798 por Aloys Senefelder), llevó a J.N. Niépce a experimentar con el betún de Judea (sustancia fotosensible) disuelto en aceite de espleigo y extendido sobre papel, placas de vidrio y metal. La imagen resultante se fijaba con una mezcla de

⁹ Período de resurgimiento de las corrientes artísticas e intelectuales, luego de una era oscurantista.

¹⁰ Carl Wilhelm Scheele (9 de diciembre de 1742, Stralsund - 21 de mayo de 1786, Köping) químico sueco nacido en Pomerania (Alemania). Se le conoce por sus trabajos farmacéuticos y por el descubrimiento de muchos elementos y sustancias químicas, de los que el más importante fue el oxígeno, de forma independiente y algún tiempo antes que Joseph Priestley.

¹¹ Jean Senebier (Ginebra, 6 de mayo de 1742 - 22 de julio de 1809) fue un sacerdote, meteorólogo, químico y botánico suizo, autor de numerosos trabajos sobre fisiología vegetal, especialmente sobre la influencia en ella de la luz, lo que supuso un importante avance para la comprensión de la fotosíntesis.

aceite de espliego y trementina. En 1826 (a pesar de que se conocen resultados desde 1816) tomó con este procedimiento, la ayuda de una cámara oscura y un tiempo de exposición de más de ocho horas el conocido Punto de vista desde la ventana del Gras. Niépce dejó constancia escrita de su descubrimiento en el texto La notice heliographique, escrita en 1829¹².

9.3 DAGUERROTIPIA Y CALOTIPIA (1839-1860)

Los descubrimientos de Niépce, despertaron un gran interés en Louis Daguerre, quien se asoció con él, y luego de que éste muriera, tomó muchas de sus ideas para desarrollar lo que luego se conoció como Daguerrotipo, técnica consistente en aplicar vapores de yodo sobre una placa de cobre a la que previamente se le haya amalgamado en una de sus caras una fina lámina de plata pulida, se obtiene en esta superficie yoduro de plata. Al exponer este material fotosensible a la luz en el interior de la cámara se producían una serie de reacciones químicas en el lugar donde incidía la luz. Cuando había terminado la exposición (de 15 a 30 minutos al principio hasta los 10 segundos en 1855) a la placa se le aplicaban vapores de mercurio (de alta toxicidad) para hacer aparecer la imagen (revelado) y posteriormente se fijaba, inicialmente con una solución caliente de sal común y más tarde con hiposulfito de sodio¹³.

9.4 LA FOTOGRAFÍA SE INTERNACIONALIZA

Luego de la publicación de los diferentes descubrimientos en torno a la posibilidad de capturar imágenes, surgió un interés en diferentes lugares del mundo por registrar a través de fotografías, diferentes acontecimientos históricos como guerras, conflictos, inauguraciones, manifestaciones, entre otros; o simples sucesos del cotidiano.

Es en esta época en que se despierta en algunos colombianos, miembros de las más prestantes familias de territorios como Antioquia, Cundinamarca y Boyacá, la curiosidad por este invento reciente, denominado cámara fotográfica, y por medio del cual era posible condensar importantes momentos en una imagen estática.

¹² Centro de Fotografía de Montevideo.

¹³ *Ibíd.*

Fenómenos como la obra de George Eastman¹⁴, permitieron el acceso de gran parte de la población, estadounidense en principio, y del resto del mundo posteriormente, a las maravillas de la fotografía, por medio de la creación del rollo fotográfico con el que era posible tomar distintas fotografías que luego eran reveladas e incorporadas a los álbum; elemento que reemplazó el tan común modo de capturar las fotos y revelarlas una por una.

9.5 KODAK LA EMPRESA LÍDER MUNDIAL EN FOTOGRAFÍA

Kodak se fundó en Nueva York en 1881 a partir de "Eastman Dry Plate Company", tanto su nombre como el logo se registraron en el mercado alemán, esta empresa casi desde siempre ha sido conocida como el gigante amarillo y ha sido la empresa líder mundial en la fotografía profesional y amateur.

Su famoso logo decía; usted oprima el botón y nosotros hacemos el resto, esto haciendo referencia a que se vendían cámaras con 100 disparos y luego kodak se encargaba de revelarlas. Kodak con su nueva producción de elementos fotográficos como el rollo puso a disposición de muchas personas el mundo de la fotografía amateur.

Kodak siempre iba un paso adelante que su principal competencia; la compañía alemana Afa, lideraba el mercado fotográfico gracias a la pro actividad de sus directivos y la satisfacción que le generaban al cliente en calidad y precios, desde 1888 con su propia producción de elementos de fotografía hasta finales de los años setentas fue el gran éxito de kodak gracias a su gran variedad de productos que sacó al mercado a lo largo de los años, entre estos productos se destaca la película pancromática a blanco y negro, permitiendo una escala tonalidades superior en 1926, la película color KODACHROME para cine en 1935, la cámaras diminutas de bajo coste y fácil uso BROWNIE STAR, en 1963 y hasta 1970 se introduce la serie INSTAMATIC, de la que se vendieron más de 50 millones, Casette Kodak Instamatic, la innovación de la cámara era que la película venía protegida en un cassette y se transportaba automáticamente al insertarlo en la cámara.

"En los años ochenta kodak sufrió una pequeña crisis con la presentación de "Kodak-Disc-System" que debía simplificar el revelado de las fotos pero no fue

¹⁴ Fundador de Kodak, la empresa que democratizó el acceso a la fotografía.

aceptado por la sociedad fotográfica."¹⁵ Uno de los pioneros en la fotografía digital fue kodak, en 1992 saco el CD copiable, en 2004 anuncio la cancelación de su sistema analógico APS para concentrarse en la fotografía digital, en el 2009 kodak lanzo su película de color más famosa, la Kodachrome.

¹⁵ Revista de ASFOTO, 2012. <http://www.camarassinfronteras.com/historia/kodak/kodak.html>

10. LA FOTOGRAFÍA LLEGA A COLOMBIA

10.1 BREVE HISTORIA DE LA FOTOGRAFÍA EN COLOMBIA.

Los avances en materia fotográfica llegan a Colombia poco tiempo después de popularizados, a través de la prensa internacional, que leían las élites colombianas de los diferentes territorios del país. Es de ese modo que, al igual que en muchos lugares del mundo, en la Colombia incipiente surge un marcado interés por la posibilidad de congelar en una imagen diferentes momentos de la historia agitada de las primeras décadas del siglo XIX; así, con diferentes viajes realizados por miembros de prestantes familias colombianas, y detectando una interesante oportunidad de negocio, del exterior se traen los procedimientos patentados en Francia e Inglaterra y surgen importantes casas de fotografía colombiana como Foto Ackerman y Foto Moreno, en la ciudad de Cali, Oduperly, en Medellín; así como en Bogotá Valenzuela, Bené y Preciado; además de ciudades como Pasto e Ibagué, en los que operaba Foto-Morales. Bucaramanga más adelante vio nacer a la que es protagonista de nuestro relato historiográfico: Foto-Serrano.

Posteriormente, impulsadas por las numerosas migraciones de extranjeros hacia el país producto de diferentes circunstancias como la oportunidad de negocio que representaban múltiples escenarios dentro de una América Latina, que hace poco tiempo iniciaba, luego de un extenuante proceso descolonizador; muchas innovaciones arribaron al país y foráneos como Hans Clauss, de origen alemán, trajeron e incorporaron nuevos procesos que alimentaron el deseo de implantar nuevas casas fotográficas en los territorios más importantes de la nación.

Uno de esos territorios, que por encontrarse en las riberas del río Magdalena, cobró gran importancia durante las primeras décadas del siglo XX, como puerto fluvial y paso obligado de las mercancías que salían y entraban de la ciudad de Bogotá, hacia o desde el exterior; y allí, los ojos de diferentes emprendedores fueron puestos por el hecho de que todo negocio allí iniciado, por las favorables condiciones económicas, que lo ya mencionado representaba, inevitablemente florecía.

En el período comprendido entre 1935 y 1945 se solidificaron muchos de los procesos iniciados a finales de los años veinte y comienzos de la década del treinta. En la esfera política, el fin de la hegemonía conservadora dio paso a los gobiernos liberales, los cuales pretendieron introducir cambios sociales mediante

las reformas laboral y agraria y vincularon a las instituciones, los movimientos obreros y campesinos, considerados como problema de orden público, con anterioridad a 1930¹⁶.

10.2 ALGUNAS CASAS DE LA FOTOGRAFÍA EN COLOMBIA

ODUPERLY

Oduperly Medellin S.A es una empresa que lleva 95 años de existencia, ha tenido que superar muchas dificultades a lo largo de su historia, esta empresa ha estado en contra de los despidos pese a que ha tenido que reestructurar operaciones en varias partes del país, se ha visto afectada por la avalancha de las nuevas tecnologías como lo ha sido la fotografía digital, actualmente ya han pasado cuatro generaciones por este negocio, el actual director de la casa fotográfica no se ha dejado vencer por el auge tecnológico.

ACKERMAN FOTO

Es una de las marcas más reconocidas en el occidente colombiano, se dedican con pasión a entregarle al cliente un producto de calidad, realizan fotografías artísticas con un estilo clásico siendo al mismo tiempo innovadores y aprovechando la tecnología, Ackerman Foto fue nombrada por la cámara de comercio y el banco interamericano de desarrollo entre las 256 empresas del valle del cauca como un modelo rentable y eficaz para invertir.

VALENZUELA

Es una empresa con más 60 años de experiencia en el mercado fotográfico en la ciudad de Bogotá, cuenta con personal capacitado y comprometido con la calidad y el servicio al cliente ofreciendo recuerdos en familia, también están en la onda de la tecnología.

FOTO BENÉ

A lo largo de la historia en Bogotá y Colombia Foto Bene ha captado a través de sus lentes fotográficos momentos memorables, esta empresa ha sido símbolo de

¹⁶ Banco de la República de Colombia. El colombiano; Laura Victoria Botero | Publicado el 01 de octubre de 2010. <http://ackermannfoto.com/pagina/empresa/>

arte y tradición, cada fotografía que se toma se la da su caracterización única para¹⁷ brindarle un magnifico recuerdo a sus clientes, para Foto Bene la fotografía es un arte y eso se refleja en las fotografías que ofrece. El éxito de esta empresa se debe a muchos factores, pero principalmente a la dedicación, disciplina y esfuerzo, pero sobre todo mucho amor y responsabilidad.

¹⁷ <http://www.fotobene.com/>

11. CONTEXTO HISTÓRICO GIRARDOTEÑO PREVIA LLEGADA DE FOTO-SERRANO

A pesar de que la Empresa FOTO – SERRANO no inició sus actividades en el municipio de Girardot, es decir, no fue fundada allí. En este territorio de la Provincia del Alto Magdalena, ha desarrollado la mayor parte de sus actividades empresariales, desde lo que el autor del presente documento considera la segunda etapa –la de la segunda generación-, hasta la actualidad en que ha cambiado su nombre y razón social.

Es debido a esta circunstancia que un acercamiento al contexto histórico y las características que a nivel político, económico y social, distinguían a Girardot entre las décadas de 1930-1960; resulta necesario para comprender la importancia de su llegada e identificar con ello el aprovechamiento de oportunidades, evidencia de una creciente racionalidad capitalista, por parte de los líderes de la organización estudiada.

Al iniciar la década de 1931, Girardot contaba ya un par de décadas de haberse convertido en uno de los puertos fluviales más importantes del país, y un punto de conexión directa entre la capital del país e importante centro industrial y los puertos situados en el Atlántico. Todo esto gracias a la construcción e inauguración del Ferrocarril en el año de 1909. De esa manera, al activarse toda una serie de actividades en torno al ejercicio de transporte de mercancía, situación que propició un escenario para el desarrollo de un importante grupo de figuras empresariales de toda índole, el municipio contaba con un incipiente pero importante progreso a nivel empresarial y era un espacio ideal para la generación de emprendimiento por las constantes transacciones que se realizaban y la existencia de un mercado importante tanto de habitantes locales como de foráneos que habían llegado a causa de las oportunidades que el puerto de las riveras del Magdalena representaba.

En ese sentido en sus inicios la economía de Girardot se basaba en el río Magdalena y el alojamiento, decidieron en Bogotá que debía ser Girardot el que permitiera a la ciudad capital su salida hacia el atlántico y los mercados mundiales, con el pasar del tiempo se convirtió en un centro de comercio que unía los 2 extremos del país, la mayoría de los habitantes encontraron un sustento gracias al comercio.

La dinámica del comercio tenía gran importancia en la ciudad porque era un punto de intercambio y un eje de cruce de caminos que permitía servir para el desarrollo comercial de la región, el primer puente del río Magdalena fue a comienzos de 1883 y se inauguró en 1889, al comienzo se llamó Puente Real, después Córdoba y luego Puente Flandes y en sus últimos años Puente Viejo en 1950, por último se llamó puente Mariano Ospina Pérez. Se construyeron bodegas de almacenamiento de centro de empaque y beneficio del café, se fundaron las trilladoras de café el 26 de enero de 1911, había comercio mayorista y minoristas que distribuían bienes de consumo, estaban los distribuidores de telas, los intermediarios de los productos agrícolas, los compradores de algodón, café, pastos artificiales y carbón mineral, se ofrecía publicidad en la prensa gracias a la llegada de la imprenta a Girardot que fue en 1903.

La construcción del ferrocarril fue muy ambiciosa por parte del gobierno nacional, en 1857 se presentaron propuestas para crear un ferrocarril más amplio en el país, en 1865 la asamblea de Cundinamarca mediante un decreto legislativo ofreció grandes privilegios a particulares y compañías para que se lograra la construcción de la vía que comunicara a Bogotá con el río Magdalena, una vez se definió el trazado preliminar del ferrocarril de Girardot solo faltaba la celebración del contrato de construcción del primer tramo, la obra requería de un contratista con experiencia en este tipo de proyectos y esas condiciones las cumplía el ingeniero Francisco J. Cisneros.

El Doctor Rafael Núñez ordenó la construcción del ferrocarril de Girardot, el 15 de Julio de 1881 se dio principio a los trabajos de movimiento de tierras, un año después con solo 27 Kilómetros construidos el ingeniero Cisneros de manera unilateral decide prescindir del contrato argumentando una liquidez financiera, la obra del ferrocarril había quedado paralizada y ante tanto inconveniente el gobierno nacional decide administrar la obra, concluyó la obra hasta Tocaima en 1883, el 18 de mayo de 1885 el gobierno contrata a Samuel B MacConnic quien de inmediato subcontrató al ingeniero George G. Odell; no sin antes cobrar su comisión, para la construcción del tramo de Anserma hasta Anapoima, pero fraudulentamente el contrato ya había sido vendido a otras personas y a su vez siguió una cadena de traspasos a más personas de una manera muy corrupta. Las primeras locomotoras se llamaron Girardot y Bogotá, por esa línea llegó la primera locomotora a Facatativá en 1909, con el tiempo este ferrocarril prolongó sus paralelas y unió Girardot con las ciudades de Ibagué y Neiva. Se empezó a ver un enorme progreso de Girardot a partir del siglo XX ya que se construyó un buen número de casas, se trazaron avenidas y se desarrolló bastante la actividad

comercial, gracias al enorme crecimiento del municipio y su buena posición geográfica Girardot paso a ser Cabecera de Provincia¹⁸.

En 1930 entró en funcionamiento el puente férreo, la máquina de hierro ahora dominaba la economía municipal y regional lo que dio paso a los depósitos de café y a nuevas empresas que se radicaran en Girardot, con empresas de servicios públicos de electricidad, agua y teléfono Girardot se volvió importante para el comercio de la región. El partido político Liberal entro a regir los destinos de la Republica y de Girardot, entre 1940 y 1950 esos mismos grupos políticos Liberales consiguieron con el gobierno auxilios para hacer la Plaza de Mercado y el Hotel Turístico Tocarema, edificios para correos y telégrafos. Otro progreso fue la carretera a Bogotá llamada Morales Olaya en honor del ministro general Agustín Morales Olaya en 1933.

Las empresas de gran magnitud que comenzaron a radicarse en Girardot fueron; Progral productora de aceites y grasas para comer, la fábrica de cervezas Babaría que entro en operación entre 1948 y principios de los años 50, la empresa POSADA TOBON tenía planta propia en Girardot en la década de los años 40, POSTOBON realizo la producción de Coca – Cola hasta 1936 ya que esta empresa se instaló oficialmente en Colombia, la Fábrica de Gaseosas Sol que se fundó en 1954, otras empresas que se radicaron fueron fábrica de Baldosines Girardot, fábrica de baldosines Selección, Laboratorios Escobar, Pasteurizadora de Leches Homolac, Tipografía Iris, Tipografía Príncipe, Taller El Triángulo, Taller Central de Mecánica, Taller Universal etc. Estas grandes empresas que comenzaron a operar en Girardot ayudaron mucho más al crecimiento económico de Girardot gracias a la generación de empleo, el aumento del poder adquisitivo de los consumidores y los tributos al municipio, grandes hoteles empezaron a formasen, el Hotel Bachué era un punto de destino de gran importancia que ofrecía un servicio de calidad, creado en la primera mitad del siglo XX, en noviembre del año 1953 siendo una de las empresas hoteleras líderes de la región, y visionaba una economía turística ya que la ciudad era visitada por muchísimas personas del territorio nacional e internacional.

Para 1960 la industria ferrocarrilera llevaba ya algunas décadas de experiencia y había potenciado e incrementado las cifras de toneladas de mercancía que pasaban desde la Sábana de Bogotá, hasta el puerto de Girardot¹⁹, por vía Férrea

¹⁸ Banco de la Republica

¹⁹ Benavides, Pava; El Ferrocarril de Girardot: un gigante que no pudo con la corrupción, Revista Dimensión Empresarial, 2012.

y de allí hasta los puertos en Barranquilla y Cartagena en el Atlántico, y del mismo modo arribaban al municipio mercancías que provenían del exterior.

11.1 ALCALDES DE GIRARDOT

Previo a la llegada de la empresa FOTO –SERRANO teniendo en cuenta el contexto histórico político de Girardot que de alguna manera ha afectado la ciudad, vale la pena mencionar los nombres y las características de algunos de los alcaldes que ha tenido Girardot.

Desde la década de 1930 a 1946 los alcaldes de Girardot fueron los señores; Julio Laserna Robledo quien era médico, José C. Gutiérrez, Guillermo Bolívar, Carlo Afanador Barriga, Julio Cesar Turbay Ayala; un dirigente liberal que años después de una larga carrera política se convirtió en Presidente de la Republica, Prospero del Rio un abogado destacado con buena trayectoria, fue uno de los primeros alcaldes liberales que tuvo Girardot, se hizo célebre por su brioso temperamento y por su capacidad como penalista, fue miembro del consejo municipal y gerente de las empresas municipales.

En 1948 fue alcalde el Señor Jorge Mazabel Duran quien también fue gerente de Babarúa, algunos de los alcaldes de Girardot desde el año 1953 hasta la actualidad fueron los señores; José V. Guzmán Donoso quien era abogado, Alberto Calderón Nieto quien era un empresario y uno de los dueños de la ladrillera FLAN, Noel Rodríguez Saldaña quien jugo en el Club los Millonarios antes de ser alcalde, Vicente Díaz quien era gerente de Postobon, José Ignacio Urquijo; fue gerente de Laboratorios Escobar, Pedro Rojas Palma; fue gerente de la Trilladora de Café, era un hombre serio y de palabra, era una persona recta y de criterio con admirables dotes de administrador, fue uno de los mejores alcaldes que ha tenido Girardot, Ramón Niño Galeano era abogado, Ernesto Manzanera; fue Contralor de Cundinamarca, Edmundo Navarro; fue comerciante y gerente del Banco Popular, Yolanda Acevedo de Navarro quien era esposa del anterior alcalde, Enrique Lleras Restrepo quien era hermano del Presidente Carlos Alberto Lleras Restrepo, Gustavo Martínez era un admirable ingeniero civil, Luis Antonio Duque Peña; era un dirigente cívico y un empresario que era el dueño de El Peñón²⁰.

²⁰ Periódico El Demócrata. Banco de la Republica

11.2 FOTO-SERRANO (1931- 2016)

La historia de Foto-Serrano, se divide en tres episodios, representando cada uno de ellos, el momento en que su dirección pasa de manos del padre, al hijo. Así, el primer cambio generacional se da en (1954), el segundo en (1986) y en última instancia –lo que compete al período de actualidad- es Arturo Serrano Mendoza quien toma las riendas del negocio familiar.

Es evidente que Foto-Serrano se alza como un ejemplo vivo de lo que se podría denominar “organizaciones dinásticas” en las que, elementos como la identidad, los principios, estilos de dirección, miembros del cuerpo directivo y demás; están íntimamente relacionados con las características esenciales de la familia fundadora, siendo esta una más entre sus tantas peculiaridades.

11.2.1 Primera Generación. (1931-1954) (Deogracias Serrano). Deogracias Serrano nació en Bucaramanga en 1891, fue el fundador de FOTO SERRANO, se enamoró perdidamente con Rosa González, ella tenía un hostel en Bogotá , en la calle 26, de esa relación nació Pedro Agustín Serrano y Mariana Serrano, el padre y la tía del actual propietario Arturo Serano.

El amor a Deogracias Serrano y Rosa González no les duro lo suficiente, Rosa González se consiguió otra pareja; Miguel Higuera, del fruto de esta nueva relación nacieron los 3 tíos de Arturo Serrano; Gloria, Mercedes y Miguel Ángel Higuera.

Deogracias Serrano monto Foto Serrano con David Navarro en Bucaramanga en la calle 37, ambos estudiaron fotografía, Deogracias era profesor Bellas Artes, David Navarro era el Contador y Deogracias era el fotógrafo pero también tenía personal dedicado a la toma de fotografías.

Para la década de 1931 muchas eran las innovaciones que arribaban al país producto de la emergente globalización de los mercados, que convertía a Colombia en un escenario idóneo para el asentamiento de una serie de empresas o generación de proyectos, que si bien ya se habían consolidado en algunos países del continente europeo y Norteamérica, representaban una novedad en un estado cuya economía se basaba principalmente en las actividades agrícolas y mineras.

Entre esas innovaciones se contaban los nuevos procesos para la captura de fotografías que con la invención del “rollo fotográfico”, desarrollada por el fundador

de la difunta Kodak²¹, y la creación de cámaras fotográficas económicas que democratizaban el acceso del público en general a la maravilla de las imágenes estáticas, además de significativos avances en materia de “color” y la popularización del cinematógrafo; generaron en diferentes lugares del país toda una serie de nuevas oportunidades de crear empresa, que el señor Deogracias Serrano, nacido en el año de 1891, detectó a raíz de sus múltiples viajes al extranjero en los que tuvo posibilidad de ser testigo del impacto generado por el progreso de la técnica en materia de fotografía, sobre la sociedad occidental.

A pesar de todas las innovaciones que la sociedad experimentaba, se sufrían aún los efectos devastadores de la crisis del 1929; suceso económico que produjo un ambiente de especulación e incertidumbre en todas las economías del mundo y que tuvo efectos sobre las tasas de empleo, inversiones extranjeras, niveles de inflación, entre otros.

Colombia fue uno de los países sobre el cual los efectos de la crisis no fueron tan influyentes, pero las tasas de desempleo continuaban siendo altas, y entre las pocas alternativas que el panorama nacional ofrecía, se encontraban la creación de empresa.

La visión y capacidad de innovación del Señor Deogracias Serrano, sobre la que muy probablemente influyó su carácter de peregrino y su hábito de lectura, le llevaron a considerar la creación de un negocio de fotografía como algo viable. Diferentes problemáticas a nivel particular le condujeron a radicarse en Bucaramanga.

En Bogotá, ya se conocía de algunos competidores importantes como (Foto Bené, Foto Valenzuela) que sirvieron de referente para tomar lo positivo de ellos y sobre esas bases incluir el elemento innovador que a lo largo de la historia ha caracterizado al negocio. El uso de diferentes prismas, escenarios, vestuarios, entre otros avances técnicos fueron el resultado de la constante actualización y posicionaron al negocio, de modo que este generó ganancias rápidamente.

El buen inicio de Foto-Serrano en Girardot, llevó a que Deogracias considerase la idea de traer a su hijo y ofrecerle allí una oportunidad laboral interesante, que le ayudaría a crecer profesionalmente y ejercer una actividad por la cual sentía un

²¹ George Eastman

gusto genuino, pues sus inicios laborales se habían dado precisamente en este campo del arte, por lo que contaba ya con las bases para continuar el proceso innovador que desarrollaba constantemente el negocio.

La llegada de Pedro Agustín Serrano a la dirección de Foto-Serrano, representa el inicio de una segunda era en la empresa, y un cambio en el estilo de dirección, que, caracterizado por una especie de autoritarismo y hermetismo, pasa a la inclusión de todo un conjunto de elementos que transformaron positivamente la imagen de la empresa.

11.2.2 Segunda Generación (1954-1986) (Pedro Agustín Serrano). Foto-Serrano era para el año de 1931 atendida por la señora Librada Serrano o “tía Librada” Hermana de Deogracias Serrano, cómo solían llamarle a sus familiares, quien tenía para el año de 1931 un poco más de setenta años, casi una década más que su hermano Deogracias. La llegada de Pedro Agustín Serrano al negocio, quien para ese momento era cuarenta años menor que su padre Deogracias, representó para el mismo el desarrollo de una serie de nuevas ideas y la impresión de la frescura de sus nociones juveniles, que contribuyeron a un mayor posicionamiento del negocio.²²

Pedro Serrano llegó a Girardot en el año 1954, con tan solo 27 años de edad tuvo la valentía y el interés necesario para tomar las riendas del negocio de su padre, Deogracias Serrano aparte del negocio de la fotografía también se dedicaba a vender productos importados como corazas de bicicletas, su hijo decidió centrarse en la fotografía y dejar de lado los otros negocios que manejaba su padre, esto fue al ver los acontecimientos a nivel global que se estaban dando a partir del año 1950, aparecieron nuevos procedimientos industriales que permitieron incrementar enormemente la velocidad y la cesibilidad a la luz de las películas en color y en blanco y negro. La velocidad de estas últimas se elevó desde un máximo de 100 ISO hasta otro teórico de 5000 ISO, mientras que en las de color se multiplica por diez, en 1960 los primeros VTR (video tape recorder) que en 1951 eran capaces de capturar imágenes de televisión, convertirlas en una señal eléctrica y guardarlas en soportes magnéticos, son utilizados por la NASA para captar las primeras fotografías electrónicas de Marte.

Para esta época Pedro Serrano adquiere maquinaria con nueva tecnología, Máquinas tales como ampliadoras a blanco y negro, equipo para el copiado de

²² <https://es.wikipedia.org>

fotos a blanco y negro, ampliadoras Besseler, importadas de Alemania y Estados Unidos, también importaba papeles Kodak, Afga, Dupont e ilford.

Viajaba una vez al año a Panamá para tener una mayor visión sobre los avances tecnológicos relacionados con la tecnología, bajo su dirección el joven director de Foto Serrano implemento nuevos procesos, manejaba negocios con buenos proveedores como Foto Morris y Fotograf quienes le vendían los papeles y capacitaban a sus empleados en Bogotá, Kodak suministraba el proceso de fotoacabado. Las fotografías las mandaba a revelar en Panamá, este proceso se demoraba un mes lo que para hoy en día es algo impensable, se revelaban fotografías a blanco y negro y a color.

Otros de los cambios importantes que hizo Pedro Serrano fue mejorar el foto estudio, arreglo los fondos, la iluminación y la ambientación.

Monto negocios en Bogotá, Pereira, y Espinal que fueron intentos fallidos.

11.2.3 Tercera Generación (1986- Actualidad) (Arturo Serrano Mendoza).

Este período del negocio Foto-Serrano comprende el tiempo transcurrido entre la toma del cargo de directivo del señor Arturo Serrano Mendoza, hasta la actualidad o año 2016 en que se elabora el presente relato historiográfico.

Arturo Serrano Mendoza , nacido en el año de 1961 en la ciudad de Bogotá, se formó profesionalmente en la Universidad Jorge Tadeo Lozano en Bogotá; y su conocimiento de las finanzas y administración de empresas tuvo un importante impacto sobre el negocio, que le permitió afrontar cambios y retos significativos en la concepción general sobre la fotografía. El avance tecnológico llevó a que las imágenes ya no se revelaran en los negocios como el del señor Deogracias y Pedro Agustín Serrano; sino a que las imágenes se produjesen de forma instantánea, o se digitalizaran permitiendo almacenarlas en nuevos dispositivos con capacidad impresionante. Si en antaño un rollo permitía revelar un promedio de treinta fotografías, para comienzos del siglo XXI, un dispositivo de almacenamiento guardaba cientos o miles de fotografías con excelente calidad. Además de ello, la inclusión de cámaras fotográficas en los teléfonos móviles y en otros elementos como lentes, relojes y demás; condujo a que se convirtiese en urgente la necesidad de un cambio en el modelo de negocio.

Tal y como se ha mencionado, la empresa inició ofreciendo los servicios de fotografía y revelado de rollos. Si bien cada persona contaba con una cámara

fotográfica producto de las innovaciones de Eastman y otros importantes hombres dentro de la historia de la captura de imágenes; era necesario llevarlas a centros de copiado o fotoacabado, como Foto-Serrano, donde expertos en el tema, empleaban químicos, elementos y procesos especiales para el revelado, de modo que entregaban las fotografías que nutrían los álbum familiares clásicos. La necesidad de revelado fue una oportunidad de negocio que aprovechó el señor Deogracias.

La llegada de Pedro Agustín Serrano significó innovaciones técnicas, la tecnología no había avanzado aún lo suficiente para permitir las bondades con que goza el consumidor contemporáneo, por lo cual todavía resultaba necesario acudir a negocios de fotografía a revelar los rollos y en ello existía aún una importante oportunidad de lucro, que mantenía estables las finanzas de Foto-Serrano, a pesar del importante número de competidores que se sumaba al mercado. La tradición y el prestigio ganados por la empresa le significaron una importante clientela que se mantenía por la tendencia natural de los seres humanos a guardar recuerdos de cada una de las fechas importantes de la vida, que convertían a la cámara fotográfica en un gran aliado de las casas de fotografía.

Sin embargo, para la época en que Arturo Serrano toma la dirección de la empresa, nuevas innovaciones como el ordenador de escritorio y portátil, así como dispositivos móviles con gran capacidad de almacenamiento, influyen drásticamente sobre el ejercicio fotográfico y modifican completamente el panorama de todos los negocios hasta ahora involucrados en el mercado de la fotografía.

Poco a poco dejó de ser necesario el revelado de fotografías, pues las cámaras digitales las conservaban y era posible reproducirlas en otros aparatos como el ordenador o el televisor; además de almacenarlas allí y tenerlas al alcance siempre. Los álbum pasaron entonces del papel a las pantallas y ello significó inevitablemente la quiebra de multitud de negocios dedicadas exclusivamente a la fotografía.

El segmento de personas con necesidad de imágenes impresas se redujo y la periodicidad de uso de este servicio también, puesto que sólo se requerían de los servicios de las casas fotográficas, al momento de requerir imágenes para algún documento en especial o captura de momentos pero de modo más esporádico. El

número de fotografías independientes aumentó y ello hizo más traumáticas las condiciones propias del mercado para los competidores.

La situación durante la primera década del nuevo siglo XXI exigía innovar o sencillamente declararse en quiebra y cerrar un negocio que para el momento ya superaba los setenta años de edad. Arturo Serrano se vio entonces frente a un importante problema. Los diarios de pronto anunciaban la caída de gigantes de la fotografía como Kodak, evidenciando lo traumático de la situación; no obstante, y es aquí donde cobra significativa importancia la formación universitaria, Arturo desarrolló la planeación necesaria y puso en marcha una estrategia consistente en cambiar el modelo de negocio, transformando al tiempo su imagen y la misión. De este modo, recientemente, la empresa pasó de llamarse Foto-Serrano, a **SERRANO -Fotografía y Tecnología**. Y próximamente se reestructurará su marca a **SERRANO- IMAGEN Y TECNOLOGIA**.

La inclusión del componente tecnológico dentro de su portafolio de servicios fue una hábil decisión, en la medida que la demanda de esta clase de productos en el municipio de Girardot, es habitualmente alta y son relativamente pocos los negocios dentro de tal mercado, no obstante, el número de estos viene en crecimiento, y es de esta manera que elementos generadores de valor como la tradición y el prestigio ganado a lo largo de los años, sirven de herramienta en las estrategias diseñadas para el alcance de los objetivos.

11.3 ACTUALIDAD DE FOTO SERRANO (SERRANO- FOTOGRAFÍA Y TECNOLOGÍA)

Foto-Serrano es en la actualidad un negocio caracterizado por su larga tradición en el mercado de la fotografía del municipio de Girardot, ha sido testigo de los sucesos importantes durante setenta años, desde 1931 en la actualidad y los ha registrado en los álbum de hoy pueden considerarse patrimonio cultural del municipio de Girardot. Gran parte de la población girardoteña de más de cincuenta años de edad, puede afirmar que en algún momento de su vida ha requerido los servicios de esta casa fotográfica que la familia Serrano ha sabido llevar con inteligencia y habilidad empresarial.

La capacidad de tomar decisiones que desarrolla un profesional se hace patente en lo que representa la actualidad del negocio, el cual pasa de ofrecer dentro de su portafolio el revelado de rollos fotográficos, toma de fotos para documentos, o

fotografías con temas específicos para momentos especiales; a incluir en sus vitrinas los mismos elementos que, paradójicamente le pusieron contra las cuerdas, al igual que a muchas unidades empresariales operantes dentro del negocio de la fotografía: los dispositivos tecnológicos.

Sobre la proyección de la empresa Arturo Serrano es claro: vienen para ella cosas grandes. Serrano Fotografía y Alta Tecnología espera ser una empresa líder en la distribución y venta de productos tecnológicos en la región del Alto Magdalena y continuar ofreciendo el servicio de toma de fotografías para documentos y venta de cámaras fotográficas de última tecnología.

11.4 CONCEPTOS ADMINISTRATIVOS APLICADOS EN EL NEGOCIO FOTOSERRANO

Desde la perspectiva del Administrador de Empresas es conveniente realizar un análisis del presente relato historiográfico, y extraer de ella algunos rasgos que concuerdan con las diferentes corrientes teóricas que fundamentan el pensamiento administrativo.

De acuerdo con la información recopilada por medio de la entrevista aplicada al actual propietario y gerente Arturo Serrano Mendoza, se hace evidente que dentro de lo que comprende la primera etapa del negocio, el señor Deogracias Serrano, empleó un estilo de dirección autocrático, que obedecía al carácter incipiente y limitado de los proyectos empresariales en su estado primitivo, de la época en cuestión, además del reducido número de colaboradores, que de acuerdo con el relato del entrevistado sólo era una persona, su hermana Librada. Sobre la organización de la información no se tienen registros, no obstante, se puede inferir, de acuerdo con los rasgos que resalta Arturo Serrano sobre su abuelo, que se intentaba imprimir cierto nivel de racionalización en los procesos del negocio, lo cual es en alguna medida acorde con los postulados clásicos de Frederick Taylor y Henry Fayol.

En la segunda etapa, la innovación se incluye como componente importante y las actividades de la empresa se potencian, de modo que la productividad aumenta y con ello puede satisfacer una demanda más alta, lo cual aumenta la rentabilidad. Las relaciones se humanizan un poco más y ello tiene estrecha relación con las tesis de Elton Mayo, además se percibe en esta etapa cierto grado de

organización y definición de procesos para optimizar el uso del tiempo y continuar con la línea de productividad que tales decisiones imprimieron.

La tercera etapa permite dejar al descubierto la influencia de autores como Michael Porter, con su concepto sobre estrategia, y sobre búsqueda de ventajas competitivas, de modo que elementos como el mercado, el consumidor, la innovación, la estructura propia, entre otros; son tenidos en cuenta dentro de los planes orientados a la estabilización de la empresa dentro del mercado fotográfico y de tecnología, para hacer frente a retos que otros negocios no pudieron superar, obteniendo un relativo éxito que le permite mantenerse vigente y utilizar la tradición como una herramienta de marketing que reviste a Serrano Fotografía y Alta Tecnología, con un velo de prestigio y confiabilidad, que le otorga la ventaja frente a los negocios que surgen a partir del incremento acelerado de la demanda.

En ese sentido, el negocio de la familia Serrano, usando, algunas veces consciente y otras de forma involuntaria, las teorías de los más importantes pensadores de la Administración de Empresas, ha conseguido permanecer de pie, no obstante sus más de ochenta años en el mercado. Interesante resulta, y se espera sea objeto de investigaciones posteriores, los conceptos que se incluirán en años posteriores, y es posible aventurarse a afirmar estará muy relacionado con las características de flexibilidad y dinamismo, propios de la vertiginosidad del universo empresarial contemporáneo.

12. CONCLUSIONES

La historiografía empresarial permite al administrador de empresas conocer la realidad empresarial, comentada desde una perspectiva dinámica y sustentada en acontecimientos que tuvieron lugar dentro de circunstancias que a nivel político, social, económico y cultural; existieron, como producto de la constante toma de decisiones. Es en ese sentido que contribuye en gran medida a la formación para la futura toma de decisiones que es columna vertebral del ejercicio profesional.

Sobre Foto-Serrano, para el caso específico de la presente historiografía empresarial, se puede concluir que se trata de un negocio familiar, cuya dirección ha sido el producto de factores hereditarios, como sucede en muchos casos a nivel nacional; y cuya contribución al municipio se mide más en términos simbólicos que económicos, puesto que su impacto en este último tópico no rebasa la generación de un reducido número de empleos directos, y la generación de impuestos, que es propio de una gran mayoría de las unidades económicas de tamaño similar. No obstante, son variadas las enseñanzas, tales como el impacto que genera el conocimiento o la formación profesional sobre la toma de decisiones en una organización, las diferentes etapas por que pasaron las empresas cuya actividad se desarrolla en el período comprendido entre las primeras décadas del siglo pasado y el presente; así como el valor de intangibles –caso del factor “tradicición”- sobre la imagen y las estrategias de marketing de la empresa, por la confiabilidad y el prestigio que generan dentro de una sociedad; que las convierte en símbolos e íconos de su cultura, con los que un colectivo se reconoce y a quienes valora como testigos de una historia que reposa en ellos, y les confiere identidad.

En ese sentido, la aplicación de conceptos como “planeación estratégica”, “innovación disruptiva”, “dirección autoritaria”, “dirección consultiva”, entre otros; tiene lugar sobre un ente orgánico como lo es “Serrano-Fotografía y Alta Tecnología”, facilitando para el autor, así como para el futuro lector, del presente trabajo, su comprensión, de modo que se convierten en un importante insumo para el accionar profesional que tendrá lugar dentro de determinada cantidad de tiempo.

Es probable que el negocio tomado en cuenta para el presente trabajo siga brindando al académico motivos para el análisis, y que continúe siendo testigo de la historia girardoteña a lo largo del tiempo advenedizo, consolidándose cada día más como un símbolo municipal, un pionero empresarial, un negocio innovador y referente para los emprendedores en formación.

BIBLIOGRAFÍA

BENAVIDES PAVA, DARÍO; El ferrocarril de Girardot: un gigante que no pudo con la corrupción, Revista Dimensión Empresarial, Colombia, 2012.

CASTELLANOS, Paloma, Diccionario Histórico de la Fotografía, Itsmo, 1999.

CERUTTI, MARIO, Propietarios y Empresarios de México, de 1948 a la Globalización; Universidad Autónoma de Monterrey, México.

CHIAVENATO, IDALBERTO; ROBBINS Y CALUTER; Principios de la Organización y Administración, 1994.

DÁVILA L DE GUEVARA, CARLOS, Historiografía del Empresariado en Colombia Perspectiva Histórica y Regional, Universidad de los Andes, 2007.

DORRONSORO, Josune, Significación Histórica de la Fotografía, Editorial de la Universidad Simón Bolívar, 1891.

NUÑEZ HERRADOR, Esther Almarcha, GARCÍA ALCÁZAR, Silvia, MUÑOZ SANCHEZ, Esmeralda, Fotografía y Memoria, Colección Aimud, noviembre de 2006.

Archivo de el Periódico el Demócrata

Periódico vanguardia liberal, Edición del Sábado 16 de Abril de 2011 - 12:00 AM.

REINALES HOLLMAN, CUAJÍ, FRANCISCO; Historiografía Empresarial de Don Jaime Nolasco Tavera, Universidad de Cundinamarca, Girardot, 2014.

ANEXOS

Anexo A. Entrevista a Arturo Serrano

Se ha tomado, para estudiar la actividad empresarial de Foto Serrano, iniciada en el año de 1931 y aún vigente en el momento en que se realiza la presente investigación historiográfica; el esquema creado por Carlos Dávila L. de Guevara, denominado “Esquema Conceptual para el Análisis de un Empresario”, como base para la realización del cuestionario de preguntas, a través de las cuales se conocerá de primera mano –por ser aplicado al actual propietario-, una importante perspectiva de lo que ha sido el origen, evolución y desarrollo de la marca, en términos organizacionales, así como las condiciones dentro de las cuales ha tenido lugar tal actividad, y la forma en que ésta las ha modificado.

El cuestionario se dividirá, tal y como lo sugiere el autor citado²³, en cinco partes, que conforman un todo, cuyos datos aunados serán el fundamento del relato historiográfico; siendo estas.

1. Conducta Económica
2. Empresario y Estado
3. Perfil Socio-Económico
4. Estilo de Vida
5. Mentalidad/ Ideología

²³ Carlos Dávila L. De Guevara

CUESTIONARIO DE PREGUNTAS

Siendo las _____ () del día ____/____/____, reunidos en el _____ nos encontramos con el señor Arturo Serrano, actual propietario de la empresa Foto Serrano, quien se dispone a responder una serie de preguntas, en torno al inicio, evolución y desarrollo de su empresa.

1. Conducta Económica

- a. ¿Cuántos años tiene Foto Serrano en el Mercado?
- b. ¿Cuál fue el contexto económico, político y social, dentro del que tuvo lugar el origen de la empresa Foto Serrano?
- c. ¿De qué manera éste contexto incidió sobre la creación de una empresa como Foto- Serrano?
- d. ¿A qué considera obedeció la creación de la empresa Foto Serrano?
- e. ¿Existían competidores fuertes para la empresa Foto Serrano en aquel entonces?
- f. ¿La creación de la empresa Foto Serrano obedece a una necesidad, un sueño o si se trata de otro factor, cuál es?
- g. ¿En qué mercados inició la operación de la empresa Foto Serrano y, a lo largo de su historia, hacia cuáles se ha expandido?
- h. Dentro de la terminología empleada por los historiadores empresariales contemporáneos, suele definirse al empresario industrial como aquel que implanta dentro de su empresa, una serie de elementos (tecnología, máquinas, procesos) para aumentar su producción y convertir su negocio en industria. Éste, guarda una importante diferencia con el negociante, quien desarrolla una actividad económica con un tinte, en mayor medida, administrativo y cuyas características más comunes son la diversificación de sus actividades, el establecimiento de vínculos con socios comerciales y la definición de estrategias conducentes a la sostenibilidad y diferenciación –ésta última en el mejor de los casos; sin ligar su avance a la capacidad productiva, como sí a las habilidades para la toma de decisiones, por parte de sus líderes. ¿En ese orden de ideas, considera usted Foto Serrano es el producto de la iniciativa de un Empresario Industrial o un Negociante?
- i. ¿Si es la creación de Foto Serrano, la respuesta ante la identificación de una oportunidad, de qué oportunidad se está hablando?

- j. ¿De qué forma se ha llevado a cabo la gestión de la información en Foto Serrano?
- k. ¿Ha tenido alguna incidencia dentro del desarrollo de la empresa Foto Serrano el elemento “Innovación”? ¿Cuál?
- l. ¿De qué forma se lleva a cabo el proceso de toma de decisiones dentro de la empresa? ¿Se considera usted un líder consultivo, democrático, autocrático o apoyador?
- m. ¿Considera que el surgimiento de su empresa significó la creación de un nuevo mercado o fue sencillamente el ingreso a uno ya existente?
- n. ¿Tuvo alguna incidencia el crédito dentro de su crecimiento y sostenibilidad? ¿Por qué?
- o. ¿Considera que la asociación jugó algún rol dentro del crecimiento de la empresa?
- p. La dinámica capitalista es agresiva y se ve que en muchos casos los empresarios más poderosos utilizan una serie de técnicas y estrategias poco éticas ¿Qué opina usted sobre ello? ¿Considera que se debe ser uno en los negocios y otro en la vida personal?

2. Empresario y Estado

- a. ¿Cuál es el lugar de nacimiento del fundador de la empresa Foto-Serrano?
- b. ¿Qué causas lo condujeron hasta Girardot (en caso de no ser de Girardot)?
- c. ¿Participó alguno de los miembros de la familia Serrano, activamente en política?
- d. ¿Tuvo la empresa Foto-Serrano algún vínculo contractual con el municipio, departamento o estado?
- e. ¿Qué piensa de la dupla empresario-estado?
- f. ¿Considera que el empresario es la mano derecha del estado o viceversa?

3. Perfil Socio-Económico

- a. ¿En qué posición de la escala socio-económica (estrato) ubicaría usted al fundador de la empresa Foto-Serrano (antes de fundada y después de fundada)?
- b. ¿Conoció él el exterior? ¿Qué países? ¿Cuál considera usted le impactó en mayor medida? ¿Cuál es la causa de ese impacto? ¿Algo de lo allí conocido fue vertido sobre el negocio? ¿En qué forma?
- c. ¿Foto-Serrano tuvo socios en el exterior? De no ser así ¿Pensó en algún momento en que sería bueno tenerlos? ¿Por qué no fue posible?

- d. ¿Qué rasgo distintivo colombiano considera usted caracterizó a Foto-Serrano?
- e. ¿Es creyente usted en alguna religión? ¿Considera que el fundador de la empresa Foto-Serrano creía en alguna religión? ¿Considera de alguna forma incidió la religión sobre el desarrollo de la empresa?
- f. ¿Qué nivel académico alcanzó el fundador de Foto-Serrano? ¿Considera la academia ejerce alguna influencia sobre la evolución de los negocios? ¿Inició la academia de alguna forma sobre Foto-Serrano?
- g. ¿Por qué Foto-Serrano y no otra empresa? ¿Por qué empresario y no otra profesión u arte?
- h. ¿Cómo describiría usted al fundador de la empresa Foto-Serrano? ¿Cómo se describe usted?

4. Estilo de Vida

- a. ¿Qué rol considera jugaron los negocios dentro de la vida del fundador de Foto-Serrano? ¿Qué rol juegan dentro de su vida?
- b. ¿Gusta de alguna cultura, dentro del plano internacional, en especial?
- c. ¿Desde la perspectiva administrativa, teniendo en cuenta que está usted formado en un área relacionada, con qué estilo de dirección relacionaría usted al fundador de la empresa Foto-Serrano? ¿Con cuál se identifica usted?
- d. ¿Existe alguna actividad de la cual fuese acérrimo el fundador de Foto-Serrano? ¿Existe alguna actividad que disfrute y haga con regularidad?
- e. ¿Aconsejaría usted el ahorro o la inversión? ¿Qué piensa usted del hedonismo, del “la vida es corta y hay que disfrutarla al máximo”; del “para qué guardo dinero si a la tumba me voy sin nada”?
- f. ¿Existe algún tema en específico que considera le haya llamado la atención al fundador de la empresa Foto-Serrano?
- g. ¿Existe algún tema en específico que llame su atención?

5. Mentalidad/Ideología

- a. ¿Qué proyecta usted para la empresa en diez años?
 - b. ¿Qué papel considera, juega el estado dentro del alcance de esa visión?
 - c. ¿Qué papel considera jugará la innovación?
 - d. ¿Qué papel considera jugará la tecnología?
- ¿Cómo describiría usted la actualidad de Foto-Serrano?

Periódico vanguardia liberal. Sábado 16 de Abril de 2011 - 12:00 AM

Del referente histórico regional, tras escribir dos grandes nombres que dejaron huella en las primeras presencias de este arte en Santander, Quintilio Gavassa Minelli y Luis García Hevia, la obligada cita -y aquí comienza a saldarse la deuda- es con Benito Navarro, destacado polvorero que al conocer que la magia que le imprimía a sus voladores de luces se podía extender a un objeto de mayor permanencia retiniana y sentimental, como lo es una fotografía, deja su profesión y, en compañía de su hijo David, abre un estudio fotográfico especializado en el retrato para cédula, bodas y estudios familiares a domicilio, que desde sus inicios recibe el nombre de Foto Serrano, como reconocimiento a quien fue su maestro iniciático, el profesor de este arte liberal en las aulas del colegio San Pedro Claver, Deogracias Serrano.

Una historia familiar que se extiende y permea a toda la línea familiar directa, pues, continuando la profesión que le señaló su padre, David, junto a su esposa, Amparo, destacada por su habilidad para iluminar (dar color) a los retratos, legan este arte a sus hijos, Reinaldo y Germán. El primero, fundador de Foto Arte, sin duda, el estudio más afamado de la región desde la segunda mitad del siglo XX, y, el segundo, el innovador permanente que a través de Foto Serrano introdujo todas las novedades tecnológicas y de punta que impactaran en el exterior.

Lo que se hereda no se hurta

Al conocer esta historia, se reconocen las razones que tiene David Navarro Gámez para que cuando se le pregunta por sus inicios en el arte de la fotografía, sin la menor duda, su respuesta sea: "Desde la cuna, maestro".

"Yo no soy persona de referentes en mi trabajo, pues, respetando y admirando la obra de muchos colegas, prefiero que sea mi propio resorte sentimental el que me inspire al momento de tomar una fotografía; sin embargo, si repaso en los años de mi infancia, no me cabe duda de que el encantamiento que me produjo el ver a mi abuela Amparo retocando, casi que pintando sobre las fotografías, fue una marca que me señaló el camino hacia la fotografía", asegura David, el nieto de la saga, hoy convertido en uno de los más destacados retratistas de la ciudad. Del joven peleonero, fiestero, mujeriego, sentimentalmente inestable y dolor de cabeza de sus padres quedan apenas leves atisbos, pues con la madurez de los

años, la paternidad y el encuentro con el universo de la naturaleza viva (los caminos de herradura, el páramo y las montañas, que son hoy su nueva pasión), David, eufemísticamente, se puede decir que "late echado".

"Soy emocional como el que más, y por eso mis clientas -pues las mujeres son mis más fieles impulsoras de mi arte- no dejan de asustarse cuando en medio de una sesión fotográfica me ven pegar un alarido, que estalla por todo el estudio cuando consigo el perfil, el movimiento, el gesto o la mirada que estaba buscando. Soy sentimental, porque las lágrimas afloran en mí sin que me dé cuenta. Soy un 'sollado', porque cuando me meto detrás de un lente, entro en un universo rodeado de los tonos de mi canción favorita, 'Clock's', del grupo Cold Plays; me inundo de la buena 'vibra' que me transmite el recuerdo de la mirada de mi hijo, y me dejo llevar por la ilusión de tener un contacto cercano con el universo sideral".

La lente y el retratista

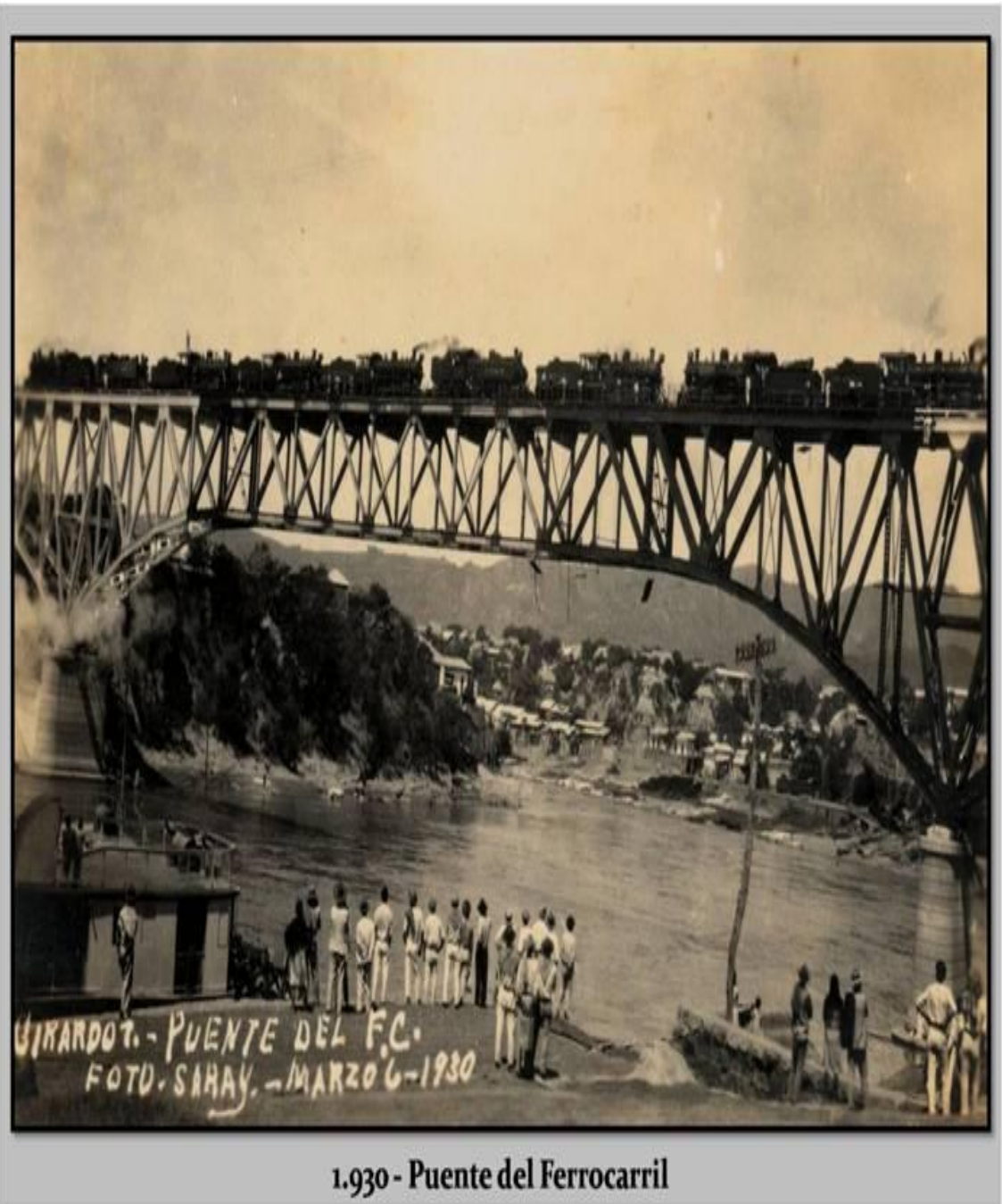
'Desnudos por el páramo' fue la última de sus locuras o empresas creativas, un hecho que nació de su compromiso con la vida y la naturaleza y que, sin proponérselo, trascendió las fronteras, pues aunque la convocatoria movió a centenares de personas que aseguraron querer participar, finalmente solo llegó una veintena de comprometidos a exponer sus cueros a los vientos secos de la montaña, pero sobre todo a la consciencia colectiva de un país que comienza a despertar. "Si uno solo hubiera llegado, para mí habría sido suficiente, pues eran su mano y la mía, y sin humildad lo digo, que a través de una foto habría asegurado que el mensaje llegaría a otras manos, como de hecho se logró, pues para mi sorpresa encontré registros de mis fotos no solo en todos los periódicos nacionales, sino en medios más allá de todas las fronteras, como por ejemplo en La India".

David completa casi veinticinco años de trabajo permanente tras las cámaras, una carrera que arrancó con el primer beso que se dio con una chica y que no solo despertó sus instintos hormonales, sino que le enseñó que la fotografía era su mejor arma para seducir. De hecho, ese hálito sentimental y perceptivo se transmite con mucha facilidad al observar uno cualquiera de sus trabajos y detenerse en la mirada que desnuda el interior de sus modelos, en todas ellas, retratado el deseo y el placer voyerista de poder ser observadas y deseadas.

ANEXOS FOTOGRAFICOS



1.925 - Puerto de los Guamos, embarque de café





1.947 - Locomotora F.F.C.C.N.N.



1.960 - Laboratorios Escovar