

# INDUSTRIAS CULTURALES E INVENTARIO PRELIMINAR EN BOGOTÁ

Alejandro Duque Escobar, Eduardo Corredor Díaz, Julieta Ramírez M.<sup>1</sup>

## RESUMEN

### RESUMEN

*En este artículo se destacan los aspectos principales de los conceptos Industrias Culturales y Gestión cultural. Asimismo se identifican las principales empresas y entidades de este tipo en Bogotá y se finaliza resaltando los puntos más importantes de ambas temáticas.*

## ABSTRACT

*In this article, the main issues of cultural industry and cultural management are fully discussed, whereas the main cultural companies and organizations in Bogota city are carefully identified. Finally, it ends pointing out the most important issues involved in both topics.*

## PALABRAS CLAVES

*Industrias culturales, estudios de la cultura, gestión cultural, consumo cultural.*

1.

## INDUSTRIAS CULTURALES

Las industrias culturales tienen un lugar privilegiado dentro de los análisis que, desde las Ciencias Sociales, se hacen para el conocimiento de diversos fenómenos relacionados con temas como el consumo, la configuración de identidades, así como asuntos relativos al diseño y ejecución de políticas públicas, entre muchos otros. Este sitio de honor que tiene este tipo de enfoques obedece a que son las industrias culturales, puntos de convergencia de diversas dinámicas socio-culturales, vinculadas con intereses disciplinares y políticos.

Este escrito identifica los rasgos esenciales que componen el concepto de industrias culturales, así como los factores de contexto en los que aparece y su pertinencia. El texto termina con una caracterización de las industrias culturales en Colombia, principalmente en Bogotá.

<sup>1</sup> Alejandro Duque, Sociólogo, gestor comunitario e investigador invitado. Eduardo Corredor Comunicador, investigador y docente catedrático. Julieta Ramírez Mejía, Socióloga, Directora Departamento de Humanidades Universidad EAN.

## 1.1 Factores de contexto

Si se quisiera rastrear el origen del concepto industrias culturales, se tendría que empezar en la primera mitad del siglo pasado, específicamente con la Escuela de Frankfurt en la década de los 30's. El término aparece acuñado por primera vez con Theodor Adorno y Max Horkheimer en el libro "Dialéctica del Iluminismo"<sup>2</sup>. Estos pensadores, emigrados a los Estados Unidos, se instalaron en la Universidad de Columbia, en Nueva York, donde estaban floreciendo corrientes como la denominada sociología "behaviorista" y los "Mass Communication Research". Los de Frankfurt estaban enfocados en la crítica social de estas industrias, mientras que los norteamericanos estaban interesados en cuestiones más pragmáticas, como el uso publicitario de la radio. Aquí ya se perfila el concepto como una serie de actividades industriales y sobre todo postindustriales que tienen que ver con la producción masiva de bienes simbólicos.

En cuanto al contexto social como tal, se encontraban en auge empresas como las editoriales, la radio, el cine, la música y la prensa. Posteriormente, se le sumaría la televisión, la cual, desde la segunda posguerra, alcanza una centralidad dentro de las industrias culturales, gracias al manejo de imagen y a su impacto en el uso del tiempo libre.

De este modo se amplía el espectro de las industrias culturales con una consecuencia trascendental, a saber, la importancia económica que va adquiriendo en la medida que su participación en el sector de los servicios va en aumento.

América Latina ha venido usando este tipo de enfoques durante cinco décadas; sin embargo, tradicionalmente ha estado centrada, por un lado, en la estructura empresarial de los medios de comunicación y, por otro, en el poder ideológico de estos, su impacto sobre el consumo y los cambios que generan en la conciencia social<sup>3</sup>.

Con lo anterior se puede evidenciar que las industrias culturales están íntimamente relacionadas con el desarrollo tecnológico de las comunicaciones, en tanto se facilita, primordialmente, la difusión de mensajes; es decir, a las industrias culturales les favorece los adelantos en las comunicaciones para ir extendiendo su campo de acción. Esta avanzada de las comunicaciones, en principio, produce una nueva situación: cierta experiencia de **simultaneidad**. La emisión y recepción de mensajes por nuevos medios se puede dar en tiempo **real**, superando las barreras del espacio; en pocas palabras, cierta **desterritorialización** de la comunicación en tiempo simultáneo. Esto se demuestra con las transmisiones en directo de la radio y la televisión. Se debe resaltar que en este punto el consumo cultural está muy ligado al tiempo libre.

En la medida en que se facilitan y amplían las vías de comunicación, se van reconfigurando las distintas interacciones por la disolución de los referentes territoriales. El Estado muchas veces se ve sobrepasado por nuevas dinámicas y actores sociales para los cuales no está preparado: las relaciones se transforman rápidamente; mucho más rápido que las instituciones políticas. Los límites de la comunicación van mucho más allá que los límites de las fronteras nacionales.

<sup>2</sup> Al respecto véase, RONCAGLIOLO, Rafael, Las industrias culturales en la videósfera latinoamericana, en GARCÍA CANCLINI, Néstor y MONETA, Carlos Juan, compiladores, Las industrias culturales en la integración latinoamericana, Editorial Grijalbo, México, 1999, pp 66 y 67.

<sup>3</sup> GARCÍA CANCLINI, Néstor y MONETA, Carlos Juan, Op cit, p 11.

El mercado adquiere una importancia inédita en la determinación de los intercambios sociales, mientras que las multinacionales aparecen en escena como nuevos actores dentro de un sistema-mundo, cuyas instituciones políticas insignes pasan a ser ahora los organismos multinacionales.

Esta transnacionalización de diversas acciones y relaciones sociales es lo que comúnmente se entiende por globalización y es este el escenario de las industrias culturales contemporáneas; uno de sus asuntos principales es la tensión local-global que genera este proceso.

Todo lo anterior, afecta la forma en que se entiende la cultura, en tanto se pasa de una visión en que sus referentes son la obra de arte, el museo, el patrimonio -sobre todo material-, a una en que se privilegian aspectos como la difusión, las comunicaciones masivas, la información. etcétera.

## 1.2 ¿De qué hablan las industrias culturales?

Ya se mencionaron algunos componentes del concepto industrias culturales, tales como el tipo de entidades que la conforman; los avances tecnológicos (referentes a las comunicaciones) a los que recurren para la ampliación de su campo de acción; la desterritorialización de la comunicación en tiempo simultáneo como circunstancia inédita; la centralidad que va adquiriendo la imagen dentro de estas industrias y el consumo de bienes culturales en relación con el tiempo libre. Este último aspecto rápidamente se transformará en la medida que cuanto más se expanden las industrias culturales en el mercado, el consumo de bienes culturales

pasa del tiempo libre a otras esferas de la vida; específicamente ya no se relaciona tanto con el tiempo libre como con la vida cotidiana.

Esta expansión del campo de acción se explica en el sentido que, con el desarrollo de las denominadas tecnologías blandas se pasa de una sociedad industrial productora principalmente de bienes, a una sociedad de carácter más informacional y de servicios. Ello implica que:

- Las industrias culturales se desplacen de la producción de bienes tangibles a la provisión de servicios.
- Numerosas actividades económicas, inicialmente no ligadas con la cultura, que antes implicaban producción de bienes, ahora se realizan mediante servicios de información<sup>4</sup>.

Otro asunto fundamental de las industrias culturales tiene que ver con algunas consecuencias derivadas de la facilidad y el acceso a las comunicaciones con respecto a diversas formas de interacción y **percepción**. Las culturas ya saben de otras culturas, más que por los libros, el conocimiento "**en sitio**" o referencias verbales, por flujos de información ligados con nuevas formas de difusión -satélites, Internet, etc.; es decir, que la lectura intercultural se ve perneada por las nuevas tecnologías. En este punto se entrecruzan varios aspectos, algunos de los cuales se deben tener en cuenta por separado.

En primer lugar, nociones como multiculturalismo e interculturalismo cobran centralidad en los análisis sociopolíticos: esto obedece a una suerte de ampliación de

<sup>4</sup> Véase RONCAGLILOLO, Rafael, en GARCÍA CANCLINI, Néstor y MONETA, Carlos Juan, Op. cit, p 70.

referentes por las comunicaciones, de manera que crece el acceso a información de otros. Ahora, el problema central en este sentido es el de la diferencia, de cómo convivir con otros diferentes en un mundo enmarcado en un proceso de globalización. De las dos nociones, la más pertinente a este respecto, es la de interculturalismo, por cuanto hace referencia, no sólo a la coexistencia de distintas culturas -como es el caso de multiculturalismo-, sino a las relaciones que se establecen entre estas<sup>5</sup>.

De este tema se desprenden otros asuntos de carácter político como los referidos a las relaciones internacionales, creación de bloques económicos, alianzas e integraciones estratégicas, entre otros, lo que remite, a su vez, a problemas de acceso a medios de comunicación, a las condiciones de la competencia, etcétera.

Por otra parte, se reconfigura la geopolítica. Lo urbano sigue siendo un escenario típico de las industrias culturales; sin embargo, los nodos neurálgicos corresponden a las ubicaciones de las principales industrias culturales -Hollywood o Miami, en el caso de la industria musical en Latinoamérica-.

Ideas como la de Estado entran en crisis cuando pierde peso la base territorial. En este caso, su poder, tanto de acción como explicativo, en algunas oportunidades, se queda sin referencia. En el campo político, los organismos multinacionales han sido un tipo de respuesta ante esta crisis estatal; pero, en el interior de las fronteras -sobre todo en el contexto latinoamericano- la acción estatal, generalmente, no es eficiente respecto de las

regulaciones propias de su acción en temas como los del mercado. Existe una gran diferencia entre la rapidez de los flujos de información y la comercialización de bienes culturales, con la lentitud de las aduanas estatales. En este sentido, la distinción entre poder político y poder económico se hace difuso, a favor siempre del segundo. Es casi como que éste estuviera absorbiendo a aquel. La influencia en la toma de decisiones políticas de las grandes multinacionales es prueba de ello.

Otra noción explicativa que pierde peso por la disolución del referente territorial es el de identidad, ya que al ser ésta **localizada**, su poder explicativo pierde fuerza; además, hay que añadir, que este concepto maneja muchos componentes de permanencia, lo cual resulta, en cierta medida, un inconveniente en tanto las transformaciones de los distintos grupos y sus matrices de significados suceden a velocidades vertiginosas. Bajo este orden de ideas, existen otros conceptos de mayor pertinencia analítica como son la misma categoría de sociedad o la de cultura.

Falta por decir que las industrias culturales se caracterizan porque trabajan sobre actividades que implican el derecho de autor<sup>6</sup>. En este sentido se podría afirmar que son actividades del sector terciario de la economía -o de los servicios- que se dedican a producir y a gestionar actividades que implican este derecho. Si embargo, para enmarcar las industrias culturales en un contexto institucional, se debe tener en cuenta la definición, que desde el Ministerio de Cultura,

<sup>5</sup> Véase. MONETA, Carlos Juan, Identidades y políticas culturales en procesos de globalización e integración regional en GARCÍA CANCLINI, Néstor y MONETA, Carlos Juan, op cit, p 26.

<sup>6</sup> Se debe tener en cuenta que algunos sectores de la industria cultural no trabajan sobre esta base como son las artesanías o las danzas.

se trabaja. Este pretende articular diversas dimensiones de la cultura como el arte, la creación o la creatividad, la industria, la economía y el mercado:

**Las industrias culturales son aquellas que reproducen a escala industrial, utilizan como materia prima creaciones protegidas por derechos de autor y producen bienes y servicios culturales fijados sobre soportes tangibles o electrónicos. En cada uno de los subsectores que constituyen estas industrias culturales existen desde pequeñas empresas hasta grandes conglomerados<sup>7</sup>.**

No se puede olvidar que el término industria, en general, bajo la óptica de la economía, no sería el apropiado para designar este tipo de actividades, en tanto no implica una transformación de materia prima; en sentido estricto, pertenecería al sector de los servicios. Lo que se puede decir al respecto es que el uso que se le da a un término depende de la disciplina que lo esté utilizando; el término industria cuando va unido al término cultural, designa una serie de actividades que en la teoría económica no tendría sentido. Lo que pasa es que las Ciencias Sociales le han dado un contenido particular que se ha alejado del original.

Para cerrar este apartado, falta por decir algo del enfoque que en América Latina ha venido trabajando estas temáticas: los Estudios Culturales. Si bien, no se niega la importancia

de este tipo de acercamientos para la comprensión del fenómeno cultural en Latinoamérica, sí se quiere hacer algunas precisiones que servirán para tomar distancia de este paradigma.

La principal de ellas tiene que ver con la centralidad que, para estos análisis, tiene la noción de consumo cultural, como lugar privilegiado de interpretación. Es cierto, no se puede dejar de lado el consumo si se quiere una adecuada comprensión de los factores culturales contemporáneos, pero esta predilección provoca cierta insatisfacción en el sentido de dejar de lado otros factores claves; además, no deja de insinuar también una apología del consumo, algo así como una apoteosis del consumo cultural capitalístico.

Desde el punto de vista que se quiere proponer aquí, un factor que no se debe olvidar es el del papel de la ciudadanía en este contexto, ya que los análisis de los Estudios Culturales tienden a hacer una mirada macro - lo cual de por sí no está mal-, haciendo que el plano estructural rebase de forma contundente otros planos de acción, concretamente los referentes a las microestructuras sociales. Esto implica, entre otras cosas, que el peso dinamizador de lo social recaiga en un orden de supraestructural - con todo y sus nuevos protagonistas como la imagen, las narrativas entre otros-, olvidando el potencial de otro tipo de actores a los que, de algún modo, no se les da capacidad de acción.

---

<sup>7</sup> MINISTERIO DE CULTURA DE COLOMBIA, CONVENIO ANDRÉS BELLO Y EQUIPO ECONOMÍA Y CULTURA, Impacto económico de las industrias culturales en Colombia, Ministerio de Cultura, Bogotá, 2003, p 21.

Por otra parte, un énfasis que se quiere dar desde Estudios de la Cultura, tiene que ver con una formación que tenga insumos relativos al quehacer cultural y al quehacer empresarial, como forma de desenvolvimiento en el campo cultural contemporáneo.

### 1.3 Gestión cultural

Es indudable que toda la argumentación en torno al asunto de las Industrias Culturales evidencia una estrecha relación entre Economía y Cultura. Este vínculo visibiliza un nuevo contexto (globalización) y nuevas formas de hacer, así como actores que cobran importancia en los escenarios contemporáneos. Quizá, los más importantes de todos, sean el gestor y la gestión cultural.

La noción de gestión cultural, en primera instancia, expresa una **ampliación** del concepto de cultura, en tanto ya no se entiende el quehacer cultural exclusivamente como sinónimo de la creación artística, la erudición y el patrimonio, sino que se vincula más a procesos e imaginarios a través de los cuales se representa e intuye lo social, se concibe y gestionan las relaciones con los otros y se ordena la inconmensurabilidad de las diferencias<sup>8</sup>. Esta extensión expresa una mayor participación de otros actores en asuntos concernientes a la cultura, hecho, que para el Estado, implica una necesidad de replantear la regulación de la actividad cultural, en tanto la acción de grupos, individuos y organizaciones van configurando la conformación de una **sociedad civil** que, desde diversos intereses, se involucra en la construcción de nuevos territorios culturales, para los cuales se requerirá algo más que la

intervención estatal como medio de articulación con otros sectores de la sociedad.

De otro lado, desde la última mitad del siglo pasado, comenzaron a aflorar una serie de reivindicaciones sociales, ya no de grandes referentes como el proletariado, la nación o el pueblo, sino de formas **particulares** como el género o la etnia que de alguna manera son indicadores de la crisis de viejas nociones de pretensión universalista, entre ellas la de desarrollo. Existen varios motivos que explican esta crisis; sin embargo, una profundización en el tema desbordaría los alcances de este artículo. Lo que sí se puede afirmar es que se abre un campo de demandas de tipo cultural, en tanto las conquistas sociales se enfocan más en el reconocimiento de las diferencias. Las luchas de las mujeres, la aparición de los jóvenes o de los afro descendientes en Estados Unidos expresan la entrada en escena de otras formas de ver y hacer que en muchos sentidos son discordantes con la razón dominante. Bajo este panorama, surge la pertinencia de lograr cierta armonización, o, si se quiere, una inclusión de muchos sectores de la población que reclaman su derecho a la participación en el todo social y a que se les reconozcan sus distintas particularidades. Esta necesidad de integración de estos grupos, de alguna manera sobrepasa la función tradicional de la política, razón por la que se requieren formas más ágiles y participativas de organización y manejo de **capitales**, en cierto sentido mucho más democráticas, teniendo en cuenta que, por nombrar solo un detalle, se pasa de hablar de cultura en singular para hacerlo en plural, lo que indica una extensión del significado, o mejor, una percepción de la cultura como algo que corresponde a todos.

<sup>8</sup> GARCÍA CANCLINI, Néstor, Cómo estudiar la cultura si hay tantas definiciones, en APARICI, Roberto y SÁEZ MARÍ, Víctor Manuel, Cultura popular, industrias culturales y ciberespacio, Universidad Nacional de Educación a Distancia, Madrid, 2003, p 40.

Las transformaciones sociales aludidas, traen consigo una visibilización de grupos que antes no se tenían en cuenta; hecho que implica una mayor participación de actores inéditos en nuevas escenas ligadas a mercados culturales muy lucrativos para muchos. En este punto, la relación cultura- economía es mucho más evidente de lo que a principios del siglo se consideraba: la cultura es ya una forma evidente de riqueza social y el vínculo antes mencionado va generando, o mejor, ampliando unos equipamientos empresariales requeridos para satisfacer -y en cierta medida crear- la demanda cultural.

Estas circunstancias evidencian la fuerza del vínculo entre la cultura y la economía, relación que por cierto no es tan nueva como se pudiera pensar, si se tiene en cuenta que desde el siglo XVII, el desarrollo de la industria editorial permite un desligue de la actividad artística -

cultural- del mecenazgo, para dar paso a cierta autonomía, en tanto esta actividad no depende tanto de requerimientos aristocráticos<sup>9</sup>, sino de un público, que compra -consume- un bien cultural: esta separación es, también, una mayor participación de otros sectores sociales -aunque obviamente al principio restringidos- en el disfrute cultural. Esto evidencia, entre otras cosas, que economía y cultura nunca han estado desligadas, en tanto la cultura no es un campo ajeno a las demás dinámicas sociales, sino que se articula estrechamente con ellas. De tal forma que términos como política, religión, poder, entre muchos otros, son distinciones mentales que permiten organizar y entender el mundo. Para concretar, la riqueza socio-económica que genera la actividad cultural va oscureciendo una vieja distinción y obliga a pensar ciertos fenómenos sociales en otros términos, pero también, obliga a tomar otro tipo de acciones acordes con el contexto en que aparecen los fenómenos sociales.

## 2.

### LAS INDUSTRIAS CULTURALES EN COLOMBIA

**L**a importancia de las Industrias culturales está empezando a ser reconocida por diferentes organismos tanto estatales, como académicos. Una prueba de ello es el trabajo del Ministerio de Cultura y el CAB aquí

reseñado<sup>10</sup>, además de los esfuerzos de esta última entidad en toda América Latina.

Las industrias culturales según Mincultura se clasifican en<sup>11</sup>:

<sup>9</sup> BARBERO, Jesús Martín [et al], Industrias Culturales, Universidad Nacional de Colombia, Bogotá, 2000, p13.

<sup>10</sup> MINISTERIO DE CULTURA DE COLOMBIA, Op cit.

<sup>11</sup> Op cit, pp 38 y 39.

## ACTIVIDADES DIRECTAS

|  |
|--|
| Edición de libros, folletos, partituras y otras publicaciones                                  |
| Edición de periódicos, revistas y publicaciones periódicas                                     |
| Edición de materiales grabados   |
| Investigación y desarrollo experimental en el campo de las Ciencias Sociales y las Humanidades |
| Publicidad   |
| Actividades de fotografía  |
| Producción y distribución de películas y videocintas   |
| Actividades de radio y televisión  |
| Actividades de grabación y producción de discos  |
| Actividades teatrales y musicales y otras actividades artísticas                               |
| Actividades de bibliotecas y archivos  |
| Actividades de museos y preservación de lugares y edificios históricos                         |

## ACTIVIDADES CONEXAS I

|   |
|---|
| Actividades de impresión  |
| Actividades de servicios relacionadas con la impresión  |
| Otros trabajos de edición   |
| Fabricación de productos de cerámica no refractaria, para uso no estructural                                |
| Fabricación de joyas y de artículos conexos   |
| Venta al por mayor y exportación de libros y revistas   |
| Venta al por menor de discos, casetes, discos compactos, videos, instrumentos musicales y productos conexos |
| Comercio al por menor de libros y periódicos  |
| Comercio al por menor de equipo fotográfico en establecimientos especializados                              |
| Servicio de transmisión de programas de radio y televisión  |
| Servicios de transmisión por cable  |
| Otros servicios de telecomunicaciones   |
| Empresarios y representantes de artistas nacionales y extranjeros   |
| Otras actividades de entretenimiento no clasificadas previamente (NCP)                                      |
| Actividades de agencias de noticias   |

## ACTIVIDADES CONEXAS II

Fabricación de pastas celulósicas papel y cartón

Fabricación de transmisores de radio y televisión y aparatos para telefonía y telegrafía

Fabricación de receptores de radio y televisión, de aparatos de grabación y de reproducción del sonido o de la imagen y de productos conexos

Fabricación de instrumentos ópticos y de equipo fotográfico

Fabricación de instrumentos musicales.

Sin embargo, los informes de este tipo todavía contienen datos muy generales que se deben sectorizar con el fin de producir una información más precisa y detallada que identifique variables socio-económicas de la labor de las Industrias culturales, según regiones, por ejemplo.

En este sentido, se pretende aquí, identificar la presencia de este tipo de actividades en Bogotá, específicamente en cuanto a lo que corresponde al ámbito editorial, fonográfico, cinematográfico, audiovisuales, televisión, radio, artes escénicas, artes visuales, publicidad, prensa, revistas y artesanías, teniendo siempre como referencia los datos nacionales debido a la falta de información que hay, al respecto.

### 2.1 Industria editorial

Desde 1993, entidades de carácter nacional de fomento y promoción del sector editorial como la Cámara del Libro y el Centro Regional para el Fomento del Libro en América Latina y el Caribe, Cerlalc, han venido impulsando una campaña de motivación sobre la importancia de la estadística en el sector editorial, dentro de la cual se han adelantado estudios editoriales y encuestas, que dan como

resultado datos cuantitativos de gran importancia para la definición y orientación de políticas en este campo.

Dentro del comercio exterior, se destaca el gran aporte del libro colombiano, al ubicarse en el puesto 14 de los productos que exporta Colombia. De igual manera, se observa que desde 1985 hasta la fecha, las exportaciones de libros han creado un superávit comercial por valor de 509 millones de dólares.

Según el informe del Ministerio<sup>12</sup>, la edición de libros, folletos, partituras y otras publicaciones ocupa el segundo lugar dentro de las industrias culturales en Colombia con una facturación alrededor de 400.000 millones de pesos, solo superada por las actividades de radio y televisión. Para destacar, son los casos de la Cámara Colombiana del Libro, entidad que presta asesoría en cuestiones legales relativas a esta actividad; Panamericana, una de las empresas más importantes en el medio editorial de América Latina y que en los últimos años ha tenido un gran crecimiento; el Instituto Caro y Cuervo que concibe, diseña y gestiona planes y proyectos literarios, filológicos, lingüísticos, entre otros, en alianza con otras entidades, fomentando una cultura de lectura e investigación en ámbitos principalmente académicos.

<sup>12</sup> MINISTERIO DE CULTURA, Op cit, p 40.

# INFORMACIÓN SOBRE INDUSTRIAS CULTURALES

## EDITORIAL

| EMPRESA O INSTITUCIÓN  | CLASE DE EMPRESA O INSTITUCIÓN                  |
|--|---|
| Cámara Colombiana del Libro  | Fomenta el desarrollo y progreso cultural       |
| Centro Regional para el Fomento del Libro en América Latina y el Caribe, CERLALC . | Fomenta el desarrollo y progreso cultural       |
| Asociación de Editoriales Universitarias, ASEUC                                    | Desarrollo de la edición del textouniversitario |
| Centro de Publicaciones de la Universidad EAFIT                                    | Fomenta el desarrollo y progreso cultural       |
| Instituto Caro y Cuervo  | Centro de investigación y formación cultural    |
| Ministerio de Cultura  | Fomenta el desarrollo y progreso cultural       |
| Centro Editorial Javeriana   | Empresa editorial                               |
| Grupo Santillana Colombia  | Empresa editorial                               |
| Editorial Educar   | Empresa editorial                               |
| Panamericana Editorial   | Empresa editorial                               |
| Villegas Editores  | Empresa editorial                               |
| Mayol Ediciones  | Empresa editorial y comercial                   |
| Printer Colombiana S.A.  | Industria gráfica                               |
|  | Empresa editorial                               |
| Hipertexto Ltda.   | Empresa editorial                               |

## 2.2 Televisión

La televisión en Colombia nace en el año de 1954 bajo el gobierno del General Gustavo Rojas Pinilla, mediante el Decreto 3418. La primera emisión se hizo el 13 de junio desde el Palacio Presidencial y enseguida se transmitió el Noticiero Internacional Tele

"News". A continuación, desde la Estación Oficial se emitieron conciertos de violín y piano, seguidos de otros programas culturales.

Los estudios iniciales funcionaron en los sótanos de la Biblioteca Nacional, en el centro

de Bogotá, y la red de transmisión se inició con dos estaciones: una para la capital de la República y, otra, para la ciudad de Manizales.

Al iniciarse el año 1955, mediante el Decreto 0101, se creó la Sección de Televisión como una dependencia de la Radio Nacional, que cambió su nombre por el de Radiotelevisora Nacional, entidad que dependía directamente de la Presidencia de la República.

En los años siguientes el Gobierno se dio a la tarea de extender los servicios de televisión a través de una red de emisión que recorría las tres cordilleras.

El desarrollo tecnológico y la evolución de la televisión como medio, contó con la participación activa de una serie de personajes que con una amplia visión empresarial formaron industria de la televisión, o que desde sus propias industrias apuntaron sus inversiones y esfuerzos al medio de comunicación. Algunos de los más reconocidos y de más amplia trayectoria han sido Julio E. Sánchez Vanegas y Jorge Barón, quienes crearon las

productoras Producciones JES y Jorge Barón Televisión, respectivamente.

Otros de los empresarios más importantes han sido Fernando Londoño Henao, quien se desempeñó como Secretario General de Caracol en los sesenta y posteriormente formó su productora Fernando Londoño Televisión; Samuel Duque, quien con el respaldo de un empresario, también de los emporios económicos más fuertes en Colombia, Carlos Ardila Lulle, pone en marcha el proyecto de RCN televisión y Julio Mario Santodomingo, otro emporio económico, con el proyecto del Canal Caracol.

Las actividades de radio y televisión son las de mayor facturación en Colombia; sin embargo, hay que tener en cuenta que las dos grandes cadenas de televisión en el país – Canal Caracol y Canal RCN- concentran gran parte de la facturación de este subsector, con alguna participación representativa de empresas como City Tv. Habría que determinar la participación real de cada una de ellas y ver hasta qué punto esto es o no un monopolio de grandes empresas.

## INFORMACIÓN SOBRE INDUSTRIAS CULTURALES

### TELEVISIÓN

| EMPRESA O INSTITUCIÓN                                 | CLASE DE EMPRESA O INSTITUCIÓN  |
|---|---|
| <b>UN Televisión</b>                                  | Productora de Televisión  |
| <b>INRAVISION</b>                                     | Prestadora de servicios de radio y televisión                           |
| <b>RTVC</b>   | Programadora, editora y emisora de canales públicos                     |
| <b>RCN Televisión</b>                                 | Producción, transformación y comercialización                           |
| <b>CARACOL Televisión</b>                             | Producción, transformación y comercialización                           |
| <b>Fundación Patrimonio Filmico. Colombiano —FPFC</b> | Depositaria y poseedoras de bienes culturales de interés para la nación |
| <b>Canal Capital</b>                                  | Depositaria y poseedoras de bienes culturales de interés para la nación |
| <b>Casa Editorial El Tiempo (City TV)</b>             | Canal local de televisión   |

## 2.3 Radio

La radio, desde sus inicios, ha tenido el privilegio de influir y aun de cambiar el rumbo de los pueblos en los momentos más determinantes; por esta razón, a los medios de comunicación se les ha denominado el cuarto poder y a la radio, en especial, por su inmediatez y fácil acceso a la información. Esta revolucionó a todas las comunidades del mundo y, en especial, en Latinoamérica se ha convertido en un interlocutor entre la sociedad y el Estado. De igual forma es un efectivo medio de difusión que no tiene fronteras llegando a todo lugar posible.

En Colombia, la radiodifusión se inicia en la década de 1920-1930 cuando surgieron pequeños grupos de radioaficionados en las principales ciudades del país.

La radio se ha consolidado de manera espectacular a través de los años. Esto ha sido más evidente en Colombia, donde la tecnología y la creatividad de la programación radial han sido ejemplo para muchos países en el mundo.

En Colombia la primera emisora comercial, La Voz de Barranquilla, apareció hacia el año de 1929, en una frecuencia de la banda media y con un formato basado en la Radio del Caribe por la gran influencia del entorno marítimo en la vida de la ciudad de ese entonces.

Nadie discute que la radio es el medio de comunicación más personal que existe. Esta naturaleza tan especial, hace que posea un perfil de difusión, particularmente íntima, de tu a tu, que no tienen los otros medios y que es uno de los principales ingredientes de su connotación mágica como medio de comunicación. Posee también un carácter selectivo que permite aislar la comunicación a grupos independientes de audiencia, sin tener que hacer grandes inversiones o incurrir en inmensos desperdicios de esfuerzo por el efecto de la dispersión.

Otra particularidad especial, es la característica móvil de sus audiencias, que le da una gran franquicia integral como objetivo de comunicación que no ofrece otro vehículo publicitario.

Hoy en día todos reconocen el valor de la radio en un mundo cada vez más individualizado, convirtiéndose esto en una de sus principales ventajas y características.

Aunque se podrían hacer las mismas precisiones que se hicieron sobre la televisión, con respecto a la radio, en este punto cabe añadir que la participación en esta actividad de otras empresas distintas a los monopolios económicos es mayor, como es el caso de Radio Modelar y la Cadena Radial Auténtica.

## INFORMACIÓN SOBRE INDUSTRIAS CULTURALES

### RADIO

| EMPRESA O INSTITUCIÓN   | CLASE DE EMPRESA O INSTITUCIÓN |
|-------------------------|--------------------------------|
| UN Radio                | Medio de difusión              |
| HJCK                    | Medio de difusión              |
| Cadena Radial Auténtica | Medio de difusión              |
| RCN Radio               | Medio de difusión              |
| Caracol Radio           | Medio de difusión              |
| Radio Modelar           | Medio de difusión              |

#### 2.4 Cine

La historia del cine colombiano está llena de aventuras y cuentos mágicos, que han sido aportados por los más grandes profesionales y especialistas. Y no es para menos: literatos de renombre nacional e internacional que han plasmado en guiones y libretos aquellos secretos y misterios que rodean a las diferentes culturas y costumbres de Colombia y han dejado en la mente y en el recuerdo cada epopeya, historia, cuento, narrativa de personajes y hechos que han forjado la propia historia nacional.

Cuando se dio a conocer, en 1922, la primera película en Colombia, llamada "María", dirigida por Máximo Calvo Olmedo y Alfredo Del Diestro, la cual contó por primera vez la romántica y cálida historia del maravilloso mundo de amor e ilusiones vivido por Efraín y María en la finca "El Paraíso" (Valle del Cauca) en la década de los años diez del siglo XX y cuya novela se llama "La María" de Jorge Isaacs, fue entonces que se proyectaron las primeras

imágenes de ese mundo mágico y soñador a través de un proyector cinematográfico. Los datos más recientes sobre el sector cinematográfico en Colombia se encuentran consignados en el estudio evaluativo realizado por el Ministerio de Cultura y el Fondo Mixto de Promoción Cinematográfica durante el año 2000, a través de Fedesarrollo.

El sector cinematográfico, actualmente, tiene un alto impacto en la economía colombiana. Analizando la cadena cinematográfica, integrada por productores, cinematográfica colombiana ocupó en promedio algo más de 6.600 personas en 1993, alrededor de 5.000 personas en 1994, casi 3.000 personas en 1995 y entre 2.400 y 2.700 en los demás años de la década, siendo la exhibición la que genera la mayor parte del empleo en la industria, con porcentajes que van entre 80% y 90%.

La cinematografía colombiana cuenta con alrededor de 172 largometrajes y, aunque se

ha mostrado una tendencia a la baja, pasando de nueve filmes anuales en promedio para los años 1981 -1985 a 1,5 en promedio en los años 1991-1995, se evidencia una recuperación a cuatro filmes promedio producidos entre 1996 y 1999. En lo que respecta a la fase de distribución, como ocurre internacionalmente, ésta se encuentra bastante concentrada. Las cuatro empresas de mayor participación en el mercado distribuyeron en 1998 el 96% del número total de películas.

En 1999, debido a la recesión económica la asistencia al cine fue únicamente de 16 millones de espectadores, inferior al periodo 1992 - 1997, que se estimó en 22,9 millones, promedio anual.

En lo relacionado con las políticas del gobierno colombiano para el apoyo a la industria cinematográfica, se tiene como base la Ley 9 de 1942, y su desarrollo ha comprendido diversas fases, entre las cuales se deben destacar las del período 1979-1990, que inicialmente consistió en el ofrecimiento de una línea de créditos blandos de fomento mediante la creación de un Fondo, que paulatinamente se convirtió en una política de producción directa por parte del Estado y la actual, basada en estímulos a la producción y soporte a toda la cadena industrial, empezando por el proceso de formación de profesionales.

## INFORMACIÓN SOBRE INDUSTRIAS CULTURALES

### CINE

| EMPRESA O INSTITUCIÓN  | CLASE DE EMPRESA O INSTITUCIÓN             |
|--|--|
| Dirección de Cinematografía. Ministerio de Cultura.                        | Empresa asesora                            |
| Grupo de Gestión e Información Cinema-tográfica.                           | Empresa asesora                            |
| Fondo Mixto para la Promoción Cinema-tográfica, Proimágenes en Movimiento. | Preservación del patrimonio cultural       |
| Fundación Patrimonio Fílmico Colombiano.                                   | Preservación y consultoría                 |
| Cinemateca Distrital - Instituto Distrital de Cultura y Turismo.           | Producción                                 |
| Asociación de Cinematografistas Colombianos (ACCO).                        | Desarrollo y promoción                     |
| Asociación Colombiana de Documentalistas, Alados.                          | Agrupación intereses del género documental |
| Asociación de Productores y Directores de Cine y Video, CVC Colombia.      | Promueve la industria cinematográfica      |
| Corporación del Nuevo Cine Latinoamericano, NCL                            | Promueve la industria cinematográfica      |

## 2.5 Industria fonográfica

Según la Organización de Estados Iberoamericanos (OEI), de acuerdo con investigaciones y análisis de George Yúdice (1998), Colombia ocupa el cuarto lugar de importancia en el mercado latinoamericano de la música, luego de Argentina, México y Brasil.

La industria fonográfica colombiana está compuesta por varias compañías de reconocida trayectoria nacional e internacional, de las cuales veinte están representadas por la Asociación Colombiana de Productores Fonográficos (Asincol). Aunque su participación en el mercado es baja, es importante resaltar en este campo la labor que las universidades ha realizado por los centros de producción de músicas, repertorios y autores regionales y locales.

El mercado colombiano se distribuye en una relación 36%-64% entre compañías internacionales y nacionales, respectivamente, de las cuales se destacan tres de las disqueras **independientes** más poderosas de América Latina: Sonolux, Discos Fuentes y Codiscos.

Estudios realizados por el "Proyecto Economía y Cultura" de la Secab y el Ministerio de Cultura en Colombia, indican que para 1999 los colombianos consumieron un total de 0,81 unidades por persona. Durante este período el consumo "per cápita" del producto legal cayó en un 6,7%, al pasar de un consumo de 0,75 unidades en 1996 a 0,7 en 1999.

En términos de repertorios, este estudio indica que tres cuartos del mercado nacional están cubiertos por autores colombianos (30%) y latinos (45%), quedando un cuarto del mercado para el llamado repertorio anglo. Dentro de los repertorios nacionales, el vallenato es el género tropical más vendido en el país.

En cuanto a la tendencia de la producción, se evidencia que la oferta total de productos fonográficos entre 1996 y 1998 registra una caída del 11,5%, mientras que para 1999 se presenta un crecimiento del 21,7%, pues el mercado total de la industria fonográfica alcanza la cifra de 28 millones de unidades. Durante este mismo período las importaciones tienen una tendencia a la baja, hecho que se explica, en parte, por el incremento que las dos plantas inyectoras de discos compactos en Colombia ha tenido en el período 1997-1999 (185,4%).

# INFORMACIÓN SOBRE INDUSTRIAS CULTURALES

## FONOGRÁFICA

| EMPRESA O INSTITUCIÓN   | CLASE DE EMPRESA O INSTITUCIÓN                   |
|---|--|
| Dirección de artes. Área de música  | Organismo interlocutor y promotor                |
| Centro de documentación musical   | Preserva el patrimonio artístico                 |
| Consejo Nacional de Música  | Promueve el patrimonio musical                   |
| Red Nacional de Orquestas   | Estructura proyectos artísticos                  |
| Fundación Nacional de Orquestas Sinfónicas Juveniles e Infantiles – Batuta        | Educación  |
| Sociedades de Gestión Colectiva   | Gestión de derechos de autor                     |
| Asociación Colombiana de Intérpretes y Productores Fonográficos – Acinpro         | Recaudo y distribución de derechos patrimoniales |
| Sociedad de Autores y Compositores de Colombia – Sayco                            | Gestión de derechos de autor                     |
| Asociación Colombiana de Productores Fonográficos – Asincol                       | Promueve la cultura musical colombiana           |
| Asociación Colombiana de Editoras de Música – Acodem                              | Empresa editora de música                        |
| Federación de Festivales y Concursos Nacionales de Bandas de Música – Fenalbandas | Formación  |
| Orquesta Sinfónica de Colombia  | Actividad sinfónica                              |
| Banda Sinfónica Nacional  | Actividad sinfónica                              |
| Orquesta Filarmónica de Bogotá  | Actividad sinfónica./ Enseñanza -Investigación   |
| Fundación de Música   |  |
| Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte                                       | Promoción de eventos                             |

## 2.6 Artes escénicas

Las artes escénicas tienen que ver con el estudio y la práctica de toda forma de expresión capaz de inscribirse en el universo del teatro, la danza y la música, así como con

el espectáculo y la organización espacial. Según estudio de la OEI para Colombia: "Si bien se deben reconocer los esfuerzos de organización del sector teatral desde su

consolidación a finales de los sesentas y la presencia de agremiaciones que han logrado articular parcialmente la práctica escénica, el Estado colombiano sólo posibilita un diálogo de construcción colectiva de la política cultural hacia esta manifestación en la década pasada. Tres congresos nacionales de teatro: 1992 en Medellín, 1994 en Neiva y 1997 en Bogotá, son los antecedentes inmediatos de este desarrollo organizativo, necesariamente ligado a la ejecución de la política teatral, desde Colcultura en su momento, y desde el Ministerio de Cultura, a partir de la sanción de la Ley General de Cultura.

De estos procesos de concertación quedan avances significativos en la política cultural, como es el de la concertación de salas teatrales, experiencia que dio paso a su implementación en otras áreas como museos, bibliotecas, organizaciones infantiles y juveniles, entre otras. Desde el Consejo Nacional de Teatro se trabajan propuestas del

sector para su inclusión en el Plan Nacional de Cultura y se definen líneas de acción para el fortalecimiento del movimiento teatral, que está compuesto por más de ciento veinte grupos en el ámbito profesional y más de doscientos de carácter aficionado en todo el país.

Un espacio importante de la actividad teatral son los festivales internacionales y nacionales que se realizan por parte de entidades privadas, con el apoyo del sector público tanto nacional como regional, y que promueven el intercambio de experiencias teatrales, la producción crítica y la formación de públicos a través de sus actividades. En estos eventos se ha podido comprobar la gran variedad de tendencias y búsquedas del teatro colombiano y se evidencia que en medio de esta diversidad de estilos y propuestas no puede hablarse de un movimiento, en el sentido de encontrar líneas o planteamientos comunes. Por el contrario, lo que caracteriza al teatro colombiano actualmente, es la pluralidad de líneas de trabajo, dramaturgia y puestas en escena".

# INFORMACIÓN SOBRE INDUSTRIAS CULTURALES

## ESCÉNICAS

| EMPRESA O INSTITUCIÓN   | CLASE DE EMPRESA O INSTITUCIÓN                             |
|---|--|
| Festival Iberoamericano de Teatro de Bogotá   | Desarrollo artístico                                       |
| Teatro Cristóbal Colón  | Producción y co-producción de obras de las artes escénicas |
| Teatro Libre  | Producción y co-producción de obras de las artes escénicas |
| Fundación Teatro Nacional   | Producción y co-producción de obras de las artes escénicas |
| Teatro Libélula Dorada  | Centro cultural infantil                                   |
| Teatro de Marionetas Jaime Manssur  | Espacio para el teatro lírico                              |
| Teatro Municipal Jorge Eliécer Gaitán   | Centro cultural  |
| Teatro La Candelaria  | Centro cultural  |
| Dirección de Artes. Grupo de escénicas.   | Fomenta, forma, gestiona, investiga artes escénicas        |
| Centro de Documentación de Artes escénicas, Dirección de Artes, Ministerio de Cultura | Recupera, preserva, clasifica el patrimonio artístico      |
| Consejo Nacional de Teatro  | Asesor del Ministerio de Cultura                           |
| Red Nacional de Escuelas de Teatro  | Investigación y formación                                  |
| Red de Teatros  | Difusión y circulación de espectáculos                     |

## 2.7 Danzas

La danza y las artes en general se cuestionan seriamente sobre los valores y buscan nuevas formas de reflejar la expresión individual y un camino de la vida más dinámico. En Bogotá, la danza ha surgido gracias a los más destacados coreógrafos, investigadores y bailarines de distintas corrientes (folclórica, clásica, contemporánea, del mundo, de proyección, urbana, etc.) entre otros, Delia

Zapata Olivella, Morales, Jacinto Jaramillo, Sonia Osorio, Ligia de Granados, Yesid Ramírez, Jaime Orozco, Daniel Cendales y Tito Montes. Estos tomaron las banderas de la danza, y la llevaron no solo a los grandes escenarios de nuestro país sino del mundo.

A raíz de la revolución del ballet en el mundo, surgieron las primeras manifestaciones de las

danzas modernas. Como reacción a sus estilizados movimientos y a la progresiva emancipación de la mujer surgió una nueva forma de bailar que potenciaba la libre expresión. Una de las pioneras de este movimiento fue Isadora Duncan, cuyo alumno, el maestro colombiano Jacinto Jaramillo, utilizó sus técnicas en la formación de bailarines de danza folclórica colombiana. A medida que la danza fue ganando terreno, fue rompiendo todas las reglas.

Desde los años 20 hasta nuestros días, nuevas libertades en el movimiento del cuerpo fueron los detonantes del cambio de las actitudes hacia este. La música con influencias latinas, africanas y caribeñas inspiraron la proliferación de las salas de baile y de las danzas como la

rumba, la samba, el tango o el cha cha. El renacer del "Harlem" propició la aparición de otras danzas como el "lindy-hop" o el "jitterbug". A partir de la década de los 50 tomaron el relevo otras danzas más individualistas como el "rock and roll", el "twist" y el llamado "free-style".

En los 80's surgieron en Colombia las danzas urbanas o danzas callejeras ("street dance"), tales como el disco "dancing", el "Break Dance" (parte del "Hip-Hop"), el "Pop Dance", el "Jazz" y el "Tap Dance", entre otras.

La Danza, con mayúsculas, sigue formando parte de nuestras vidas al igual que lo hizo en la de nuestros antepasados. Es algo vivo que evoluciona con los tiempo, pero es consustancial con la naturaleza humana.

## INFORMACIÓN SOBRE INDUSTRIAS CULTURALES

### DANZAS

| EMPRESA O INSTITUCIÓN                                    | CLASE DE EMPRESA O INSTITUCIÓN                 |
|--|--|
| Compañía de Ballet Ana Pavlova                           | Enseñanza                                      |
| Ballet de Sonia Osorio                                   | Enseñanza                                      |
| Cuerpo en escena   | Enseñanza                                      |
| O-mtri-danza   | Investigación                                  |
| Compañía L'explose                                       | Divulgación y promoción de danza contemporánea |
| Agrupación de danza común                                | Divulgación y promoción de danza               |
| Compañía de Danza Contemporánea Blanco-Oscuro            | Dirección, coreografía e interpretación        |
| Área de Danza, Dirección de Artes, Ministerio de Cultura | Divulgación y promoción de danza del país      |
| Consejo Nacional de Danza                                | Divulgación y promoción de danza del país      |
| Grupo Danza Concierto                                    | Dirección, coreografía e interpretación        |

## 2.8 Artes visuales

Según el informe del Sistema Nacional de Cultura de la Organización de Estados Iberoamericanos (OEI), si bien no existe un censo o un diagnóstico que arroje claramente la situación actual del sector, la actividad de las artes visuales en el país es ciertamente dinámica, diversa y activa. El Ministerio de Cultura, a través del Sistema Nacional de Información Cultural, Sinic, ha emprendido una gran tarea que en el mediano plazo arrojará importantes datos sobre el mapa cultural del país.

Una importante fuente de información sobre las tendencias y dinámicas del arte en el país son sin duda los salones nacionales -que se realizan casi sistemáticamente desde hace ya sesenta años- y los salones regionales, que van en su novena versión, así como los centros de arte.

Los salones regionales aparecen a finales de los setentas, con el ánimo de reconocer la producción de los artistas en las diferentes regiones del país. Los primeros fueron usados como espacios de encuentro y reconocimiento, tanto por los artistas de las regiones, como por parte de críticos y curadores, con el fin de hacer convocatorias para posibles

participaciones en exposiciones locales, nacionales e internacionales.

El Salón Nacional ha logrado, mediante un ejercicio sostenido por sesenta años, resultados importantes en el estímulo, difusión y promoción del arte colombiano. La incorporación de ejes temáticos o soportes conceptuales, resultado de las miradas especializadas, de las investigaciones en torno a los problemas de identidad y cultura (desarrolladas en los ochentas), de las miradas al pasado del arte colombiano (primeras muestras históricas e investigaciones iniciales sobre historia del arte colombiano), de un cierto fortalecimiento del circuito (gracias a la vinculación de múltiples mitad de la década de los noventas) y la presencia del público, que cada vez se hace más presente en estos eventos, son la fuente de este nuevo proceso.

Este fenómeno se presenta gracias a la consolidación de treinta y siete programas de arte en el país, la creación de los primeros posgrados y especializaciones, la aparición de nuevos espacios alternos de promoción (más de cincuenta salas de exhibición), la democratización de la información y la inserción de artistas nacionales en los circuitos internacionales, entre otros factores.

# INFORMACIÓN SOBRE INDUSTRIAS CULTURALES

## ARTES VISUALES

| EMPRESA O INSTITUCIÓN   | CLASE DE EMPRESA O INSTITUCIÓN       |
|---|--------------------------------------|
| Área de Artes Visuales de la Dirección de Artes.<br>Ministerio de Cultura               | Orientador                           |
| Centro de Documentación de Artes Visuales.<br>Dirección de Artes. Ministerio de Cultura | Archivo                              |
| Museo Nacional de Colombia  | Exhibición y exposiciones            |
| Museo de Arte Contemporáneo   | Difusión y promoción del arte        |
| Museo de Arte Moderno de Bogotá   | Difusión y promoción del arte        |
| Museo de Arte de la Universidad Nacional  | Conservación y exposiciones del arte |
| Galería Santafé de Bogotá del Planetario<br>Distrital de Bogotá                         | Divulgación cultural                 |

## 2.9 Prensa

Investigando en la Biblioteca Luis Ángel Arango, en Colombia, el inicio de la prensa, como principal medio de comunicación, está ligado estrechamente con la política; es decir, casi todos los primeros periódicos fueron fundados por políticos que veían en este medio la mejor y más segura manera de expresar sus opiniones políticas sobre lo que sucedía en el momento.

Las primeras publicaciones de esta naturaleza fueron:

|Gaceta de Santafé (1785), |Papel periódico de la ciudad de Santafé (1791) y |Semanao del Nuevo Reino de Granada (1808), fundados por Manuel del Socorro Rodríguez; |Diario político de Santafé de Bogotá, fundado por Francisco José de Caldas; |El Siglo (1849), |La Reforma (1851), |La Opinión (1863-66), |La Paz y El agricultor (1868-69) y |La Unión (1861), fundados por Salvador Camacho Roldán; |La Democracia, de Cartagena, fundado **por Rafael Núñez, quien también escribió en**

periódicos como |Neogranadino, El Tiempo y |La Opinión.

Vale decir que, en realidad, el primer periódico del país nació en Bogotá en 1791, aunque hacía más de medio siglo que las imprentas funcionaban regularmente en el Virreinato. De ellas salían novenas, sermones, oraciones, noticias eclesiásticas, composiciones piadosas, reglamentos y ordenanzas. La imprenta llegó tarde al país y, en general, a todas las colonias, en parte debido a los hombres de la Santa Inquisición, quienes sabían muy bien del poder de la palabra, de tal suerte que desconfiaban de todo lo que se pudiera publicar. Pasado el auge del poder político de la Inquisición, los libros y publicaciones representaron para el gobierno español una gran amenaza, pues los criollos, gracias a ellos, lograban establecer contacto con pensadores europeos que hablaban de libertad e independencia.

Actualmente, los periódicos nacionales más importantes son |**El Tiempo, El Colombiano y El Mundo.** |**El Espectador** lo fue hasta el año 2001, cuando, por motivos aparentemente económicos, tomó la decisión de publicar tan sólo un número semanal. Hasta el momento se mantiene así y aunque su difusión es menor, sus textos siguen siendo relevantes para el acontecer diario del país.

En cuanto a otros periódicos, vale decir que cada región del país cuenta con publicaciones que la caracterizan, aunque, en su gran mayoría, éstas provienen de la más grande casa editorial (en lo que se refiere a la prensa) que existe en Colombia: la Casa editorial El Tiempo. **El Tiempo** es el periódico más leído en el país, así como el que más influencia tiene en el ámbito político. Es dirigido por la familia Santos y aunque por ética periodística dice no tener inclinación política alguna, es evidente que siempre defiende o ataca a quien sus dirigentes crean conveniente.

## INFORMACIÓN SOBRE INDUSTRIAS CULTURALES

### PRENSA

| EMPRESA O INSTITUCIÓN    | CLASE DE EMPRESA O INSTITUCIÓN             |
|--------------------------|--|
| Casa Editorial El Tiempo | Noticias                                   |
| Portafolio               | Diario de economía y negocios              |
| La República             | Diario económico, empresarial y financiero |
| El Espectador            | Noticias                                   |

## 2.10 Revistas

Fue la prensa la que dio origen a las Revistas en Colombia. Conforman uno de los elementos fundamentales en el manejo de la opinión pública, ya sea en el ámbito político, cultural, artístico y de mercadeo, entre muchos otros temas.

Bogotá ha sido la ciudad pionera en desarrollar tecnológicamente la revista. El extraordinario nivel de su contenido gráfico, nos ha convertido en exportadores de una industria altamente calificada.

| EMPRESA O INSTITUCIÓN    |
|--------------------------|
| Casa Editorial El Tiempo |
| Revista Dinero           |
| Revista Poder            |
| Revista Semana           |

## 2.11 Artesanías

Teniendo en cuenta el Censo Económico Nacional sobre el sector artesanal, realizado por Artesanías de Colombia entre 1992 y 1994, 260.000 personas producen artesanías, lo cual representa el 15% de la población ocupada de la industria manufacturera. De este porcentaje total, la mayor concentración se ubica en los departamentos de Nariño: 14,34%, Sucre: 10,06%, Córdoba: 9,34%, Boyacá: 8,43%, Cesar: 6,95%, Atlántico: 6,52% y Tolima: 5,15%.

Los oficios más importantes y con un mayor número de artesanos dedicados a estas actividades son la tejeduría, con el 57,52%, la madera, con el 13,48% y la cerámica, con el 7,37%.

Las condiciones de marginalidad económica y social del sector se reflejan en los bajos niveles de escolaridad. Un 17% de la población es analfabeta, cifra superior al promedio nacional que está por debajo del 5%. Del 52% que asistieron a la primaria, tan solo el 18% la terminaron. Un 26% inició estudios secundarios, de los cuales culminaron el 8%, y tan solo un 3% accedió a la educación superior técnica universitaria.

Los bajos niveles de escolaridad se relacionan con el hecho de que el aprendizaje de los oficios artesanales es de carácter informal y se da en el contexto familiar y por iniciativa personal, mediante la participación directa en los procesos productivos. El carácter de su aprendizaje es altamente informal y se concentra en el aspecto técnico del proceso y en el formal del producto, donde juega un papel preponderante la intuición potenciada por el ejercicio cotidiano del trabajo. El 48,32% aprende el oficio en su hogar, el 14,39% en talleres particulares como aprendiz y por un sistema de cursos de capacitación en oficios, únicamente el 7,32%.

El 56,11% del sector artesanal desarrolla su actividad en pequeñas unidades productivas y en forma individual. Algunos de los problemas que afrontan estos talleres son: dificultades por escasez de mano de obra (21,33%), inestabilidad (10,89%) y falta de personal calificado (8,96%).

En lo que respecta a niveles y grados de organización, el censo reveló que el 82,38% de los artesanos no ha participado en ningún tipo de organización y que sólo el 12,81% pertenece a organizaciones gremiales, comunitarias y para la producción y comercialización.

La mayor parte de la producción artesanal se vende en los talleres o viviendas. Un 0,30% se

vende en plazas de mercado y únicamente el 11,58%, en otros sitios; el 0,03% de los artesanos participa en ferias artesanales y el 0,01%, en forma ambulante. De igual manera, el 85,16% de la producción se vende en los municipios de origen, el 8,18%, en otros municipios y solamente el 3,45% en otros departamentos, lo que explica las grandes debilidades existentes en los procesos de comercialización.

## INFORMACIÓN SOBRE INDUSTRIAS CULTURALES

### ARTESANÍAS

| EMPRESA O INSTITUCIÓN  | CLASE DE EMPRESA O INSTITUCIÓN |
|--|--------------------------------|
| Artesanías de Colombia S.A.  | Diseños de artesanía.          |
| Expoartesanías   | Exposición.                    |
| Centro de Investigación y Documentación Artesanal - Cendar                           | Investigación                  |
| Asociación Colombiana de Promoción Artesanal. Museo de Artes y Tradiciones Populares | Investigación y promoción      |
| Sede Museo de Artes y Tradiciones. Bogotá  | Enseñanza                      |
| Centros de Investigación y de Formación Técnica / Profesional                        | Formación técnica              |
| Escuela de Artes y Oficios Santo Domingo   | Enseñanza                      |
| Bronce y bambú   | Exportadora                    |

## A manera de conclusión

**D**espués de todo este panorama teórico y del inventario que se presentó en este artículo, se puede concluir que el enfoque Estudios Culturales ha ampliado la visión de la cultura, en tanto supera una versión elitista de la misma para ampliarla a otras actividades productivas. También ha dado luces acerca de las actividades culturales en esta parte de América y la importancia política que tiene un conocimiento adecuado de la realidad cultural para el diseño y ejecución de acciones tendientes a la regulación del flujo de bienes y servicios culturales en un contexto de globalización.

La centralidad del consumo cultural como clave explicativa obedece a que en el consumo de bienes culturales, es donde se pueden observar los procesos de resignificación de los bienes de la cultura; es decir, es el terreno del individuo dentro del paradigma de los Estudios Culturales, de lo simbólico. En otras palabras, de lo que tradicionalmente se entiende como cultural, en tanto el consumo, no se limita a la adquisición de tal o cual bien o servicio cultural para la satisfacción de necesidades, sino más bien al uso o, mejor dicho, a la producción de sentido y resignificación que implica el disfrute de los productos y servicios ofrecidos por este tipo de empresas.

Sin embargo, se debe tener presente que un excesivo peso analítico del consumo puede obnubilar otros aspectos de vital importancia como las estructuras microsociales y su papel en la formación de nuevas dinámicas sociales, comunitarias, empresariales, entre otras. Para evitar este sesgo, los Estudios de la Cultura se orientarán en primera instancia, hacia la búsqueda de otros puntos de referencia que

posibiliten un conocimiento más idóneo de la cultura en relación con temas como la gestión cultural, el emprendimiento y el espíritu empresarial.

Como ya se dijo, Industrias culturales tiende a estrechar el vínculo entre Economía y Cultura. Ahora la cultura es entendida como un proceso de producción regido por las fuerzas del mercado, de tal modo que se puede hablar de cierta primacía de lo económico sobre lo cultural, en el sentido de que los procesos culturales se desarrollan bajo la misma lógica de los procesos económicos, como si la actividad cultural más que relacionada con actividades económicas, estuviera encerrada dentro de ellas; ahora los componentes de la cultura en su antigua acepción, pertenecen al consumo cultural. Cabe preguntarse en este orden de ideas qué es lo propiamente cultural, qué se escapa de las determinaciones económicas, en otras palabras, si de verdad la producción de sentido está inevitablemente ligada con el consumo.

Lo cierto es que Industrias culturales, intenta conciliar un discurso económico con uno de la cultura, a modo de dos puntos extremos de un mismo proceso, o mejor, de un subproceso económico. Pero falta todavía conciliar algunas de las actividades mencionadas en este artículo con los temas relacionados con esta clase de empresas y, claro está, con la Economía. Concretamente no se ha indagado sobre el papel de la gestión cultural en relación con las Industrias culturales y su importancia económica.

De acuerdo con lo anterior, la gestión cultural se entiende como una serie de acciones,

actores e instituciones organizadas que tienden a optimizar rendimientos de los recursos y capitales; pero, sobre todo, a la organización, diseño y ejecución de programas y proyectos culturales. Acerca de este asunto se debe recalcar el potencial integrador de distintos territorios que tiene la Gestión cultural. Dichos territorios pueden ser variados, pero como generalización se puede hablar de tres: el Estado, la sociedad civil y la academia, de tal modo que trasciende las acciones y actores públicos y privados por separado y es allí donde reside su importancia, eficacia y pertinencia.

De tal forma, es la Gestión cultural la articuladora teórico-práctica entre los contenidos de Industrias culturales y procesos económicos, concretamente de generación de riqueza social, en la medida en que permite la articulación de diversos actores e instituciones, a manera de una racionalidad agregada, en tanto concretiza un discurso económico estructural, articulándolo con diversos intereses de sectores organizados,

ampliando la participación y dejando participar a otros actores de tipo microsocioal en el diseño y ejecución de acciones para la construcción de lo cultural.

De otra parte, a pesar de los importantísimos esfuerzos de entidades como el Ministerio de Cultura, el Convenio Andrés Bello y otras entidades de diverso carácter, para medir la importancia de las Industrias culturales en Colombia, todavía faltan trabajos de identificación de este tipo de actividades que den cuenta de una forma más detallada de la presencia y acción de estas industrias tanto en Colombia como en América Latina.

En el caso colombiano, falta apoyo estatal a algunas actividades culturales, entre ellas el cine, para un adecuado desarrollo del mercado. Así mismo, es deber de los distintos actores formar criterios que permitan la conformación de diversos públicos y audiencias, que más allá de ser unos simples receptores-consumidores, sean sujetos activos en las actividades de las Industrias culturales.

# Bibliografía

---

APARICI, Roberto, MARÍ SÁEZ, Víctor Manuel (2003). Cultura Popular, industrias culturales y ciberespacio. Universidad Nacional de Educación a Distancia, Madrid.

BARBERO, Jesús Martín [et al.], (2000). Industrias culturales, Universidad Nacional de Colombia, Bogotá.

GARCÍA CANCLINI, Néstor y MONETA, Carlos Juan (1999). Las industrias culturales en la integración latinoamericana, Editorial Grijalbo, México, 1999.

MINISTERIO DE CULTURA DE COLOMBIA, CONVENIO ANDRÉS BELLO Y EQUIPO ECONOMÍA Y CULTURA, Impacto económico de las industrias culturales en Colombia, Ministerio de Cultura, CAB, Bogotá, 2003.

## Referencias electrónicas

ABC Publicitario. Bogotá, D. C. Colombia (citado el 10 de Mayo de 2007). Página consultada: <http://www.abcpublicitario.com/agencias.asp?Letra=F>.

ADE Crea. Bogotá, D. C. Colombia. 2006 (citado el 10 de Mayo de 2007). Página consultada: <http://www.adecrea.com/>

AFG Elemento. Bogotá, D. C. Colombia. 2006 (citado el 10 de Mayo de 2007). Página consultada: <http://www.afgelemento.com/>

Artes Visuales. Bogotá, D. C. Colombia. 2006 (citado el 21 de Mayo de 2007). Página consultada: <http://www.oei.es/cultura2/colombia/08.htm#85>

Ballet Ana Pavlova. Bogotá, D. C. Colombia, Agosto de 2006 (citado el 16 de Abril de 2007). Página consultada: [http://colombia.acambiode.com/empresa\\_69389060060552515766505465664565.html](http://colombia.acambiode.com/empresa_69389060060552515766505465664565.html)

Blue Tank. Bogotá, D. C. Colombia. 2006 (citado el 10 de Mayo de 2007). Página consultada: <http://www.thebluetank.com/>

Bocetos RGG. Bogotá, D. C. Colombia. 2007. (citado el 10 de Mayo de 2007). Página consultada: <http://www.bocetosrgg.com/html/servicios.html>

Caracol Radio. Bogotá, D. C. Colombia. 2006 (citado 2 de Junio de 2007). Página consultada: <http://www.caracol.com.co/emisoras.asp>

Centro Cultural Teatro Municipal Jorge Eliécer Gaitán, Bogotá, D. C. Colombia. 2007 (citado el 7 de Mayo de 2007). Página consultada: <http://www.teatrojorgeeliecer.gov.co/historia.php>

Cine, Televisión y Fotografía en Colombia, Junio de 2006 (citado el 6 de Mayo de 2007).

Página consultada:

[http://www.enrodaje.cinecolombiano.com/2estudios\\_sonido.html](http://www.enrodaje.cinecolombiano.com/2estudios_sonido.html)

Cybercom. Bogotá, D. C. Colombia (citado el 10 de Mayo de 2007). Página consultada: <http://www.cybercom.com.co/index.html>

Compañías de Danza. Danza Folclórica. Bogotá, D. C. Colombia. 2006 (citado el 21 de Mayo de 2007). Página consultada:

<http://www.oei.es/cultura2/colombia/08b.htm#88>

D&F Publicidad. Bogotá, D. C. Colombia (citado el 10 de Mayo de 2007). Página consultada:

<http://www.dyfpublicidad.com/>

Emisora HJCK, Bogotá, D. C. Colombia. Septiembre de 2006 (Citado el 22 de Agosto de 2007) Página consultada: [www.hjck.com](http://www.hjck.com).

El Espectador. Bogotá, D. D. Colombia, Junio de 2007 (citado el 2 de Julio de 2007). Página consultada:

[http://es.wikipedia.org/wiki/El\\_Espectador\\_%28Colombia%29](http://es.wikipedia.org/wiki/El_Espectador_%28Colombia%29)

Facetas. Bogotá, D. C. Colombia (citado el 10 de Mayo de 2007). Página consultada:

<http://pwp.etb.net.co/facetas/publicidad.html>

Festivales al Parque, Bogotá, D. C. Colombia. 2007 (citado el 21 de Mayo de 2007). Página consultada: <http://www.culturarecreacionydeporte.gov.co/>

Fundación Jaime Manzur. Bogotá, D. C. Colombia. 2007 (citado el 7 de Mayo de 2007).

Página consultada: [http://www.eskpe.com/TEATROS/teatros/TEATRO-WEB-](http://www.eskpe.com/TEATROS/teatros/TEATRO-WEB-NOTA_INT_TEATRO_LUGAR-2077016.html)

[NOTA\\_INT\\_TEATRO\\_LUGAR-2077016.html](http://www.eskpe.com/TEATROS/teatros/TEATRO-WEB-NOTA_INT_TEATRO_LUGAR-2077016.html)

Fundación Teatro Nacional. Bogotá, D. Colombia. (Citado el 7 de Mayo de 2007) Página

consultada: <http://www.teatronacional.com.co/inicio/inicio.html>

Grupo Cultural Colombia, Bogotá, D. C. Colombia (Citado 5 de Abril de 2007). Página

consultada: <http://www.grupoculturalcolombia.com/quienessomos.html>

Hipertexto, Bogotá, D. C. Colombia. Abril de 2007 (citado 5 de Abril de 2007). Página consultada:

<http://www.hipertexto.com.co/>

Icono Editorial, Bogotá, D. C. Colombia Abril de 2007 <http://www.iconoeditorial.com/>

L'Explose Danza Contemporánea. Bogotá, D. C. Colombia. 2006 (citado el 21 de mayo de 2007).  
Página consultada: <http://www.geocities.com/lexplose>

Mayol Ediciones, Bogotá, D. C. Colombia. Abril de 2007 (citado 5 de Abril de 2007) página  
citada: <http://www.mayolediciones.com/>

Orquesta Filarmónica de Bogotá. Bogotá, D. C. Colombia. 2004 (citado el 7 de Mayo de 2007)  
Página consultada: <http://www.filarmonicabogota.gov.co/>

Printercol, Bogotá, D. C. Colombia. Abril de 2007 (citado 5 de Abril de 2007). Página consultada:  
<http://www.printercol.com/nosotros.htm>

Radio Nacional de Colombia. Bogotá, D. C. Colombia. 2007 (citado el 23 de Mayo de 2007).  
Página consultada: <http://www.radionacionaldecolombia.gov.co/33>

RCN Radio. Bogotá, D. C. Colombia (citado el 2 de Junio de 2007. Página consultada:  
<http://www.rcn.com.co/>

La república. Bogotá, D. C. Colombia. 2007 (citado el 10 de Mayo de 2007). Página consultada:  
[www.larepublica.com.co](http://www.larepublica.com.co)

[Servicio@productorasonica.com](mailto:Servicio@productorasonica.com)

Teatro Cristóbal Colón. Bogotá, D. C. Colombia 2005 (citado 7 de Mayo de 2007). Página  
consultada: [http://www1.mincultura.gov.co/nuevo/teatro\\_colon/fundacion\\_de\\_amigoscolon.php](http://www1.mincultura.gov.co/nuevo/teatro_colon/fundacion_de_amigoscolon.php).

Teatro Libre. Bogotá, D. C. Colombia. 2007 (citado el 7 de Mayo de 2007) Página consultada:  
<http://www.teatrolibre.com/>

Teatro y Títeres La Libélula Dorada. Bogotá, D. C. Colombia. 2005 (citado el 7 de Mayo de 2007).  
Página consultada: <http://www.libeluladorada.com/>

El Tiempo. Bogotá, D. C. Colombia. 2007 (citado el 10 de Mayo de 2007) Página consultada:  
[www.eltiempo.com.co](http://www.eltiempo.com.co)

U. N. Radio. Bogotá, D. C. Colombia. (citado el 23 de Mayo de 2007). Página consultada:  
[http://www.unradio.unal.edu.co/UNIMEDIOS\\_Radio/](http://www.unradio.unal.edu.co/UNIMEDIOS_Radio/)

Villegas Editores, Bogotá, D. C. Colombia. Abril de 2007 (citado 5 de Abril de 2007). Página  
consultada: <http://www.villegaseditores.com/editorial.php>

Yoyo Music. Bogotá, D. C. Colombia. (Citado el 25 de Agosto de 2007). Página consultada:  
<http://www.yoyomusica.com/>

<http://www.conexioncolombia.com/resources/getresource.jsp?ID=2554>

