

Colección de
Estudios y
Gestión
Cultural

**Formas de
producción
en la industria
de la música
en Bogotá.
Estudios de
grabación**

Autora

Nubia Esperanza Suárez Amaya



Catalogación en la fuente: Biblioteca Universidad EAN

**Formas de producción en la industria de la música en Bogotá.
Estudios de grabación**

[Recurso electrónico] / Nubia Esperanza Suárez Amaya. -- Bogotá : Universidad EAN, 2012. -- (Colección Estudios y Gestión Cultural)

23 p.

ISBN: 978-958-756-185-2

1. Industria fonográfica - Bogotá 2. Industria de la música - Bogotá

338.47780 CDD 21



Edición

Dirección Gestión del Conocimiento

Revisor Estilo
Jhony Caicedo

Diagramación
Ximena Rodríguez L.

Publicado por Ediciones EAN 2013.
Todos los derechos reservados.
ISBN: 978-958-756-185-2

© Universidad EAN, Carrera 11 No. 78-47 Bogotá D.C., Colombia, 2013
Prohibida la reproducción parcial o total de esta obra sin autorización de la Universidad EAN®

Producido en Colombia.

Contenido

1. Introducción	4
2. Objetivos	5
General	5
Específicos	5
3. Marco conceptual	6
4. PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN	6
5. Metodología	7
6. Desarrollo	12
6.1 Las empresas objeto de estudio	12
6.2 Procesamiento de la información según el plan de análisis	14
6.3 Entrevistas en profundidad	14
6.4 Entrevistas situacionales	14
Observación de campo	14
6.5 Conversatorio con los gerentes de los estudios de grabación en Bogotá	16
7. Conclusiones	16
ANEXO 1	20
Primera etapa – construcción de la matriz de análisis	20



1. Introducción

La era de la tecnología ha permitido ampliar y generalizar el acceso a la música por parte de casi todas las personas en el mundo. El proceso de producción y difusión del sonido grabado, se ha venido transformando a gran velocidad. En 1878 Thomas Alva Edison inventó el primer aparato de reproducción sonora que hoy llamamos fonógrafo y, desde entonces, se han desarrollado innumerables dispositivos que cambiaron la forma de consumo y apropiación de la música y los procesos de creación musical.

El avance de la técnica ha permitido, que actualmente la mayoría de las personas cuenten con aparatos de grabación y reproducción de sonido como grabadoras, discos compactos, reproductores MP3, Ipods, computadores con programas de grabación y edición de audio, y hasta la distribución por internet a través de redes sociales como Twitter, My Space y Facebook.

Estos cambios en el proceso de producción, distribución y consumo de música han generado modificaciones sustanciales en esta industria. Aunque existen diversos informes sobre la industria fonográfica en Bogotá, son aun incipientes los estudios de caracterización del sector musical, especialmente en sus aspectos económicos.

El propósito de la investigación que dio origen al presente cuaderno, es analizar las formas de producción de música en Bogotá, a partir de los estudios de grabación como eslabón de la cadena de valor de la industria musical en la ciudad.



2. Objetivos

General

Analizar las formas de producción utilizadas en la industria musical en Bogotá, a partir de los planteamientos de la economía de la cultura y de los estudios de grabación como parte de la cadena de la industria de la música en la ciudad en su relación con intérpretes, gestores y promotores de música.

Específicos

- Examinar el papel de la tecnología en las transformaciones de las músicas populares urbanas.
- Identificar y describir entornos y contextos actuales de la industria musical en Bogotá a partir de los estudios de grabación y de los planteamientos de la economía de la cultura.
- Elaborar una base de datos de los estudios de grabación registrados en la ciudad de Bogotá.
- Categorizar los estudios de grabación a partir del análisis de los procesos realizados por ellos.
- Identificar la participación de éste eslabón en la cadena productiva de la industria musical, estableciendo indicadores como volumen de ventas, factores de producción, número de empleados, tiempo y ocupación de músicos, formas de comercialización, ingresos promedio, infraestructura, capital social, entre otras.
- Relacionar los agentes participantes en los estudios de grabación con los creadores, intérpretes y/o promotores de música en la ciudad de Bogotá.



3. Marco conceptual

Las empresas objeto de la investigación son las de estudios de grabación, como espacios de encuentro entre el arte y la tecnología, que realizan producción musical utilizando diversas posibilidades de grabación de sonido; y la informática, desde sistemas análogos hasta la creación con ordenadores, editores de audio, hardware y software que están siendo utilizados por la industria musical en Bogotá, en el contexto de las industrias culturales y en el circuito global de los cambios creativos.

En la investigación, trabajamos como principal referente, con el concepto expresado en Economía de la cultura: “aplicación de la economía a diferentes culturas, formas artísticas y asuntos culturales” (Towse: 2003), específicamente se utiliza en el estudio de la producción, distribución y consumo de todos los bienes y servicios culturales. De esta manera, los estudios culturales que asumen una perspectiva económica, identifican y explican las propiedades económicas de estos bienes determinando que pueden ser tangibles o intangibles, finales e intermedios y de consumo duradero y de momentos concretos.

En este sentido, es posible detectar varios aportes que han hecho los estudios económicos de la cultura a los estados; para Ruth Towse el más importante es el dado a las políticas culturales.



4. Preguntas de investigación

1. ¿Cuáles son las características de los agentes que participan en los estudios de grabación de la música popular urbana?
2. ¿Cuál es su participación económica en el mercado de las músicas populares urbanas y cuál es su relación en la industria musical?
3. ¿Qué procesos tecnológicos, creativos o de innovación son desarrollados en la producción musical?
4. ¿Cuál es la relación que establecen los estudios de grabación con los músicos o creadores de la música urbana?

5. Metodología

Las lecturas de la realidad han empezado a contemplar la integralidad de los procesos ya sean estos de carácter cultural, social, empresarial, ambiental, biológico o cualquier otro. En esta dirección podríamos decir que se abre un interés por lo relacional. Sin embargo, abordar la relación economía y cultura para el tema de la producción musical fue problemático al determinar la concepción con que se aborda este estudio. Se trata de la definición de los límites de lo cultural, que por supuesto se determinan, fundamentalmente, a partir del concepto o de las nociones que sobre cultura se adopten.

Para iniciar el análisis, aunque se han tenido en cuenta los resultados y las propuestas conceptuales de las múltiples disciplinas que se ocupan de la cultura (antropología cultural, sociología, arte, psicología, historia de la cultura, etc.), y por supuesto, la economía, no se pretende pasar por todas las concepciones existentes. El propósito fue alcanzar una conceptualización precisa, general, unitaria y satisfactoria para el tema. Nos basamos en las propuestas de teóricos que se consideran las más claras y sólidas para abordar la relación economía y cultura.

El planteamiento y el proceso de desarrollo de la investigación son el resultado de una labor de observación y de inserción en las dinámicas de la industria musical en Bogotá, durante un periodo cercano a un año. En este sentido, es evidente que el grupo de investigación no ha abordado el problema solamente desde los planteamientos teóricos. La participación bidireccional, es decir, tanto de él en las dinámicas de los agentes que interactúan, como de estos en el enriquecimiento del estudio que se ha realizado, es el principio que ha orientado la labor investigativa.

La investigación fue concebida como un estudio descriptivo, de carácter exploratorio, cualitativo-interpretativo, de los campos de acción y los procesos desarrollados por los estudios de grabación en Bogotá, en el marco de economía y cultura, en un sentido amplio, determinando

y definiendo las características del quehacer cotidiano de los diferentes agentes involucrados, analizando además el relacionamiento entre ellos mismos.

En primer lugar, se elaboró el marco conceptual: construcción de la perspectiva teórica a partir de la cual se realiza la revisión, de los parámetros de comparación y análisis de la documentación existente sobre la producción de música grabada. Posteriormente, el grupo consideró indispensable conocer el desarrollo temático y estadístico que del tema se ha tenido, tanto en Colombia como en otros países, a fin de establecer una línea de trabajo y áreas temáticas, así como identificar puntos en común y distancias entre unas y otras.

En nuestro país, se destaca el trabajo realizado por el Ministerio de Cultura, en el marco del Plan Decenal de Cultura 2001-2010, hacia una ciudadanía democrática cultural, quien presentó varios proyectos con el objetivo de proponer alternativas de convivencia en las que la diversidad ideológica y política pueda expresarse libremente y en paz.

Los estudios económicos del sector cultural se vienen realizando desde 1999, a partir del trabajo Impacto económico de las industrias culturales en Colombia desarrollado por el Ministerio de Cultura y la Secretaría del Convenio Andrés Bello, seguido por Industrias Creativas elaborado por British Council, el Ministerio de Cultura y el Instituto Distrital de Cultura y Turismo en el año 2002; ya en el 2004 el Ministerio de Cultura emprende la realización de una guía para realizar un mapeo, titulada Guía para la elaboración de mapeos regionales de industrias creativas; y posteriormente en el 2006 se publica el libro Arte y parte: manual para el emprendimiento en artes e industrias creativas por el Ministerio de Cultura, la Cámara de Comercio de Bogotá, British Council y UNESCO.

En Bogotá, los estudios realizados por el Observatorio de Cultura de la Secretaría Distrital de Cultura, Recreación y Deporte, SCRD, que ha elaborado en los últimos años, diagnósticos y estados del arte en el campo cultural, artístico y del patrimonio.

Estos estudios se realizaron con el fin de caracterizar el campo cultural en sus dimensiones y procesos, y no desde el punto de vista económico, sin embargo, por ello es posible conocer por ejemplo que en el tema de infraestructura se encuentran 387 registros; clasificados en teatros, museos, centros culturales, bibliotecas, entre otros, pero no se presentan por áreas, como la música. No se encontraron evidencias, ni trabajos sobre estudios de grabación en la ciudad.

Para el abordaje de la muestra en la investigación, fue necesario tener en cuenta que los retos en materia de información sobre el campo cultural del país son enormes, aunque es importante reconocer los esfuerzos que diferentes entidades y grupos de investigación vienen haciendo para sistematizar información que facilite tanto el conocimiento como la comprensión y elaboración de indicadores de la dimensión cultural del país.

Desde el trabajo en el tema cultural, se destaca el desarrollado por el DANE, a través de la Encuesta de Cultura, que tuvo como objetivo caracterizar las prácticas culturales asociadas al consumo cultural y al uso del tiempo libre de la población residente en Colombia de cinco años y más.

Lo anterior, como instrumento, que a partir del conocimiento de las demandas y consumos actuales de los ciudadanos, fuera posible entregarle a la institucionalidad pública cultural una herramienta que permita conocer algunos alcances en relación a temas prioritarios de las políticas públicas culturales como el acceso y uso de bienes y servicios culturales, el aprovechamiento de la infraestructura cultural y las actividades realizadas en el marco del tiempo libre.

Otra encuesta desarrollada por el DANE, es la de Hábitos de Lectura, que tuvo su primera versión en el año 2000. Para el año 2005 se realizó un nuevo convenio en el que participaron el Ministerio de Cultura, el Ministerio de Educación Nacional, el entonces Instituto Distrital de Cultura y Turismo, la Cámara Colombiana del Libro, Fundalectura y el DANE con el apoyo del Centro Regional para el Fomento del Libro

en América Latina y el Caribe, pacto que tenía como fin el desarrollo de un módulo sobre hábitos de lectura y consumo de libros.

Se crea además la cuenta Satélite de la Cultura del DANE que mediante lógicas de comparabilidad internacional y los estándares de medición del marco central, vincula los aspectos económicos del sector cultural y sus sub-sectores que comprende las cuentas de bienes y servicios, los agregados macroeconómicos y los indicadores relacionados. Con este ejercicio se ha logrado identificar y adscribir las actividades culturales a las cuentas nacionales y se busca facilitar la construcción de indicadores monetarios y no monetarios que nutran la medición macroeconómica de la cultura.

Sin embargo, es necesario mencionar que en el campo cultural aún no se cuenta con un censo de empresas, ni se realizan desagregaciones del tema cultural; las mediciones corresponden a proyecciones a partir de diversas fuentes de investigación.

El DANE, en el segundo semestre del año 2008, realizó la Encuesta de Micro-establecimientos que se concentra en temas como comercio, industria y servicios, pero no desagrega actividades en el CIU para cultura, que es clasificada en otros sectores.

Una de las recomendaciones de nuestro grupo de investigación de la EAN, con el fin de seguir en la línea de estudios de economía de la cultura, seguir los criterios del DANE para la elaboración de la investigación, teniendo en cuenta que la población objetivo son los estudios de grabación anteriormente definidos, que corresponden a microestablecimientos.

El marco muestral utilizado por éste estudio es el marco económico de áreas correspondiente a 1.119 municipios del país. Nosotros nos limitamos a la ciudad de Bogotá.

Los cuadros definidos que corresponden a microestablecimientos, se presentan con la estimación del total para el país y para otros niveles de desagregación, acompañados de su coeficiente de variación.

Cuando este es superior al 25%, tan solo aparece el coeficiente sin la estimación. En este caso, el DANE no publica la cifra, puesto que la estimación es de muy baja precisión. En muchos casos, el usuario puede darse por operaciones aritméticas simples, deducir el valor correspondiente a esa estimación; en esta situación, el DANE advierte la poca confiabilidad de dicha cifra.

De acuerdo con los resultados de la encuesta de Microestablecimientos, durante el cuarto trimestre de 2008, de los 372.000 establecimientos de servicios investigados en el cuarto trimestre, el 39,5% estaba dedicado principalmente a la prestación de servicios de hotelería, restaurante, bares y similares (Código CIU 55); el 20,3% al grupo nominado los demás de servicios; el 19,9% a las actividades de esparcimiento, culturales y deportivas y otras actividades de servicios (92, 93); el 10,8% a actividades inmobiliarias, empresariales y de alquiler (70 a 74); y el 9,5% a las actividades de educación y servicios sociales y de salud (80, 85).

La mayoría de establecimientos están ubicados en las ciudades de Bogotá, Medellín, Barranquilla y Cali.

Según el estudio, 19,9% de los microestablecimientos se dedica a las actividades de esparcimiento, culturales y deportivas y otras actividades de servicios (92, 93); lo cual corresponde a 74.028 establecimientos en el país.

Como el estudio no presenta georeferenciación, y no desagrega por sector por ser inferior al 25%. Para nuestra ficha metodológica aproximáramos el 10% de establecimientos para Bogotá, porque en varios registros como el de la SCRD, DANE y CCB se mencionan alrededor de este número.

Por otra parte, el directorio telefónico; páginas amarillas de Pùblicher S.A., presenta 80 registros de estudios de grabación de video y audio.

Por lo anterior, cruzamos las bases de datos antes mencionadas y se encuestó al 20%, (18 establecimientos) seleccionándolos por muestreo aleatorio simple.

En primer lugar se procede a la elaboración del marco conceptual: construcción de la perspectiva teórica a partir de la cual se realiza la revisión, de los parámetros de comparación y análisis de la documentación existente sobre la producción de música. Luego de la investigación bibliográfica se procedió a realizar un listado de los estudios de grabación en Bogotá, se encontraron 80 registros. Posteriormente, y como quías para el análisis de los resultados, se elaboró la matriz plan de análisis que resume las variables definidas con el fin de analizar los procesos realizados por cada una de las áreas: información, organización, planeación, sostenibilidad, procesos creativos (ver anexo).



6. Desarrollo

6.1 Las empresas objeto de estudio

Para la caracterización de los agentes del subsector, desde la oferta de los estudios de grabación, se diseñó un instrumento que permitió la recolección de información para construir un perfil socio-económico, organizativo y de procesos creativos de esas entidades. Para la elaboración de este instrumento se retomaron aspectos analizados en investigaciones previas realizadas por el grupo de investigación cultura y Gestión de la Universidad EAN. Esas investigaciones fueron dos: Las industrias culturales bogotanas y factores de emprendimiento; y Tendencias e innovaciones en música popular urbana en la ciudad de Bogotá. En ellas se lleva a cabo una descripción de los agentes de la cadena de valor de la industria musical, además de una medición cuantitativa y cualitativa de los creadores de músicas populares urbanas en la capital colombiana, a través de indicadores que dieron cuenta de opiniones, actitudes y procesos de gestión de la música.

El instrumento fue aplicado a 18 estudios de grabación (muestra 20 %) categorizados como sigue, en virtud de los procesos creativos que desarrollan:

- Con diseño acústico para producción musical y discográfica.
- De producción musical y discográfica con diseño arquitectónico y acústico modificado.
- De producción de música y audio comercial como jingles y bandas sonoras.
- De producción musical articulados a proyectos de creación e interpretación musical.
- De producción musical vinculados a espacios de formación en ingeniería de audio y/o música.
- De producción musical vinculados a salas de ensayo para agrupaciones artísticas y experimentación musical.

Tabla 1. Estudios de audio en Bogotá que integraron la muestra

ESTUDIOS DE AUDIO QUE INTEGRARON LA MUESTRA		
NOMBRE	DIRECCIÓN	DATOS DE CONTACTO
Estudios Audiovisión	Cra. 7 No. 180-91	6714383 www.estudiosaudiovision.com
Estudios RCN TV	AV Américas No 65-82	269292 ext 1460 msilva@rcntv.com.co
Yoyomusic	Calle 99 No. 8-53	2572014-6230511 yoyomusic@disonex.com
Sonido Comercial	Calle 95 No. 9-80	6160177 Javier@sonidocomercial.com
Constain Estudios	Diagonal 59 No. 21-32	2128987 williamcostain@hotmail.com
HC Records	Calle 30 sur No. 34-81	7206287 henrycabanzo@hotmail.com
Coral Comunicaciones	Cra. 25 No. 45c-20	6055843 audiorafa@hotmail.com
AZ Records	Cra. 65ª No. 97-28	6244095
Zapata's Producciones	Cra. 65 No. 90-59	6392039 zapataproducciones@hotmail.com
Audio producciones	Calle 63B No. 35-25	rockadulto@hotmail.com

Karimbó Producciones SAS	Cra. 25 No. 68-89	2257781 Kaimbo_orquesta@yahoo.es
Atencia Sound	Cra. 15 No. 86ª-24	2566705 jatencia@yahoo.com
Francanciones Studio	Calle 43 No. 13-41 Of. 310	8040760 francanciones@hotmail.com
Estudio Clásico Contemporáneo	Calle 96 No. 69ª-40	4801667 ricardotorresproducciones@hotmail.com
RD Music	Cra. 70 No. 100-46	5330194 Rdmusic2000@yahoo.com
Vanguard Musik	Cra. 23 No. 142-44	2746646 carlosyjuan@hotmail.com
HOL Música	Cra 24b No. 7-74 sur	5628394 Holmusica33@hotmail.com
Jeca Producciones	Cra 25 No. 25c-32	2683221 jecawav@hotmail.com

Fuente. Elaboración propia.

6.2 Procesamiento de la información según el plan de análisis

Con base en la investigación bibliográfica preliminar, se elaboró la matriz plan de análisis que resume las variables definidas en el proceso. Se aplicarán los instrumentos diseñados (encuestas y entrevista) para luego articular la información a partir de un análisis de carácter inductivo que permita articular la información y hacer una aproximación cualitativa que integre el enfoque de economía de la cultura en el proyecto.

La investigación se enmarca, entonces, tanto en el orden cuantitativo como cualitativo, pues se combinan métodos de estadística descriptiva y de estudios cualitativos basados en entrevistas y la encuesta. Luego se realizará la creación y prueba de instrumentos necesarios para la recolección de información.

6.3 Entrevistas en profundidad

En la ciudad y con base en la muestra definida, se realizaron entrevistas con personas que hacen parte de los campos de interés del estudio. Se tuvo en cuenta a ingenieros de sonido, músicos, productores, funcionarios, entre otros. Se buscó que se tratara de personas con un conocimiento global de los procesos que se han vivido en el estudio de grabación desde sus inicios o, por lo menos en los últimos tres años.

Fuera de la comunidad se entrevistó a especialistas en el tema de producción musical y a funcionarios de la administración distrital, conocedores de las políticas culturales, tanto a nivel nacional como local y de los esfuerzos que en nuestro campo de intervención se han realizado.

Para este trabajo se empleó una guía de preguntas común, que se modificaba de acuerdo a las circunstancias y al perfil de cada personaje.

6.4 Entrevistas situacionales

Además, se adelantaron entrevistas cortas a artistas y a participantes en eventos especiales. Para estas se empleó la técnica de reportaje y no se empleó una guía común de preguntas. Se agruparon por temas y se emplearon como opiniones de masa o testimonios, que enriquecen la argumentación dentro del informe.

Observación de campo

Se realizó durante dos periodos. El primero comprendió el tiempo de vinculación al proceso de la investigación y culminó con la elaboración del borrador de los instrumentos. El segundo durante un año, manteniendo el carácter participante y terminando con la

elaboración del informe definitivo del proyecto de investigación. Finalmente, se estructuró un periodo de observación que hizo un seguimiento del fenómeno durante el periodo de ejecución del estudio, apoyado con archivos impresos, sonoros, fotográficos y filmicos de la actividad cultural y comunicativa durante los dos últimos años. Los resultados de este ejercicio se condensaron en informes temáticos que se contrastaron en los momentos de análisis e interpretación con la información obtenida por otros medios.

6.5 Conversatorio con los gerentes de los estudios de grabación en Bogotá

Se propone que luego de la aprobación del informe final, se realice un conversatorio con los agentes vinculados al proceso, para difundir los resultados preliminares del estudio con el fin de compartir estos con el sector. El evento permitiría ampliar el análisis, promover el debate sobre el tema y desarrollar propuestas en torno a las metodologías para futuros estudios.



7. Conclusiones

En Bogotá, las formas de producción de la música en los estudios de grabación se inician con una propuesta creativa llevada por el productor musical en partituras. Ya en el estudio, se captura una buena toma de sonido de cada uno de los intérpretes que hacen parte de la propuesta. Luego, sigue el trabajo de pulir esa toma hasta lograr las mejores pistas finales, buscando una óptima compatibilidad sonora en la mezcla, sin que se pierda la carga de emotividad.

Es de vital importancia elegir un estudio adecuado que reúna las mejores condiciones técnicas y acústicas; cualquier ruido puede dañar la producción. Los errores en el proceso se asemejan a levantar una pared sobre un mal cimiento; sin duda, se inclinará y derrumbará. La

escogencia del estudio es la inversión más importante en la cadena de valor de la música, porque define la calidad del producto final.

Se debe lograr una pista definitiva antes de usar efectos y/o procesadores. El resultado no debe ser perfecto, debe ser natural.

La masterización, tiene como fin mejorar la calidad de sonido de los temas, haciéndolos más coherentes en cuanto a nivel y color; no está destinada a arreglar errores en las mezclas.

Es así como, con este trabajo se ha querido mostrar el impacto que han tenido los cambios tecnológicos en la industria musical, y cómo los estudios de grabación en Bogotá han afrontado el fenómeno y se han adaptado a las necesidades del mercado.

Los factores que convergieron para que el fenómeno de la música grabada en discos compactos pasara de ser centralizado, concentrado y masivo a tender a ser un proceso cada vez más horizontal, se pueden sintetizar en que las grandes productoras y editoras de música en Bogotá han comenzado a ver cerrados los pocos espacios que se habían creado en los últimos 30 años.

Al parecer, los bajos costos en la producción, ligados a la baja formación de públicos que puedan apreciar la calidad de la música, los altos costos de financiación para las campañas de promoción, la distribución por internet, y la piratería, han hecho que exista una situación nueva en el mercado de la música, provocando un desequilibrio entre la producción y el consumo.

Las grandes empresas discográficas como Sonolux, hoy RCNTV, están transformando sus estudios de grabación de audio y música para entrar de lleno en la industria audiovisual, tanto por las condiciones políticas y fiscales de fomento en la industria del cine en el país, como por el buen momento en el mercado que tiene la televisión colombiana en América Latina.

En la cadena de producción de la música, las grandes inversiones no se realizan ya, en la producción del material discográfico, sino en

publicidad, como parte de las campañas de posicionamiento de los artistas. Esta realidad, transforma tanto los procesos de creación como las formas de producción musical y el papel de los agentes en la industria, en donde las editoras y los estudios profesionales de audio y música están realizando proyectos integrales. Comienza a cobrar importancia, la distribución, la creación audiovisual, los proyectos de multimedia, animación digital y la producción de conciertos en vivo.

En el mercado de la música grabada existen desde pequeñas empresas hasta grandes conglomerados. En el sector, se observa un alto nivel de permanencia de las personas empleadas, siendo el talento humano el principal elemento de diferenciación de la oferta.

La tecnología reduce la distancia entre creadores y consumidores, modificando las experiencias de percepción sonora, la industria musical y la música como tal. De acuerdo con los compositores y músicos expertos, escuchar la música es una capacidad que se adquiere por medio del aprendizaje y la experiencia. Sin embargo, las nuevas tecnologías de internet, como los sistemas 2.0, nos permiten conocer diversas ofertas musicales en formatos no tradicionales, no todos de excelente calidad.

El papel de las editoras de música se transforma, antes, seleccionaban a los artistas que se debían escuchar; ahora ya no tienen el monopolio de crear y distribuir la música que les parece adecuada al segmento de mercado. El consumidor común puede acceder con facilidad a miles de propuestas creativas.

La tecnología permite el acceso a las producciones, pero también, algunos sistemas de grabación y reproducción de audio, como el Ipod y el MP3, entre otros, comprimen de tal manera las frecuencias de sonido que en un solo archivo caben hasta 1000 canciones, eliminando los picos agudos y bajos, lo que disminuye grandemente el color y la calidad del sonido.

Antes, un disco compacto traía diez canciones en calidad de audio análogo-digital. Hoy, se comercializan discos piratas con 100 canciones por mil pesos y la calidad del sonido se ve afectada necesariamente.

Tenemos el acceso a propuestas y materiales diversos, pero aún es necesario democratizar el conocimiento y la apreciación de la música y el sonido grabado. Los bajos costos en la tecnología de grabación de audio permiten, con una baja inversión, tener un material grabado. Al parecer, oímos más pero escuchamos menos. La calidad del sonido y de la propuesta no es valorada por el consumidor promedio.

Al menos para el periodo de este estudio, año 2010, el futuro de la industria de la música estaría ligado al desarrollo de internet y el universo audiovisual. Algunos estudios de grabación están en proceso de modificación para adaptarse a la tecnología 5.1 de la televisión digital.

Una de las recomendaciones de nuestro grupo de investigación es discutir, adaptar e implementar el modelo de modernización para la gestión de organizaciones, MMGO®, desarrollado por la EAN, en las empresas e industrias culturales, con el fin de seguir en la línea de estudios sobre economía de la cultura, teniendo en cuenta que estimular la aptitud emprendedora y contribuir al desarrollo económico y social es la misión de la Universidad.

Es necesario igualmente, contribuir al debate y reflexionar, en el mismo sentido, sobre qué tipo de desarrollo cultural debe impulsarse como producto de una política, y también cuál debe ser el tipo de gestión cultural que necesita el país y nuestras comunidades.

PRIMERA ETAPA – CONSTRUCCIÓN

A. Preguntas asociadas a cada c

	INDICADORES / VARIABLE
¿Qué personas están vinculadas con los estudios de grabación y/ bienes o servicios? o, ¿Quiénes son los receptores directos o indirectos de sus bienes y servicios?	En términos genéricos nuestras poblaciones objetivo son: <ul style="list-style-type: none">• Ingenieros de sonido.• Productores musicales.• Grupos de música.• Artistas.
¿Cuál es el nivel de impacto alcanzado en los agentes? Relación con otros eslabones de la Industria musical, y su articulación con (productores, gestores, comunicadores, infraestructura cultural, emprendedores).	<ul style="list-style-type: none">• Procesos creativos.• Tecnologías, acceso y equidad de acceso.• Apropiación del arte, la cultura y patrimonio.• Crecimiento económico.• Dinámica sectorial de las organizaciones y artistas.

ANEXO 1

DE LA MATRIZ DE ANÁLISIS

Objetivo

ES	FUENTE DE LA INFORMACIÓN -señalar de dónde provendría la información de las variables del indicador – Datos desde el 2004.
la-	Encuesta de microestablecimientos DANE. Encuesta de cultura. Registro Cámara de Comercio de Bogotá. Información de los centros de información cultural. DANE. Departamento Administrativo. Planeación D.
en el y el iza-	Encuesta de cultura. Investigaciones. DANE. Departamento Administrativo. Planeación D. Instrumentos del proyecto.

Continúa en la siguiente página

	INDICADORES / VARIABLE
¿Cuáles son los flujos y tipos de relación existentes entre los diferentes agentes?	<ol style="list-style-type: none"> 1. Estudios – artistas. 2. Organizaciones – productores. 3. Artistas – productores. 4. Estudios- casas disqueras –artistas 5. Otras formas. 6. Tipos de relaciones (complejidad, cooperación, colaboración)
¿Cuáles son las características de los agentes?	Cantidad. Ubicación. Carácter jurídico. Nivel de desarrollo (técnico, de infraestructura, financiero, de personal).
Los agentes, ¿Qué ingresos reciben? o, ¿Qué bienes y servicios le han sido suministrados?	Fuentes: informes gremiales Inculturados, otros. Forma de los aportes: Tipo de aporte: financieros, materiales, conceptuales, otros. Frecuencia de los aportes.
¿Qué cantidad de bienes y servicios se deberían proveer, de acuerdo con la cantidad de producciones potenciales potencialmente beneficiaria?	Servicios proyectados apoyadas vs. organizaciones existentes Bienes y servicios ofrecidos / bienes y servicios necesarios.

Preguntas en cada etapa para el análisis de procesos

PROCESO	PREGUNTA
INFORMACIÓN	¿Se cuenta con la información pertinente sobre agentes?
	¿Cómo se recolecta, sistematiza y se analiza la información correspondiente?, particularmente ¿Cómo se evalúan los proyectos creativos desarrollados?
	¿Qué información es provista desde la casa disquera?

ES	FUENTE DE LA INFORMACIÓN -señalar de dónde provendría la información de las variables del indicador – Datos desde el 2004.
tas. mentarie-).	Matriz instrumentos del proyecto. Matriz de caracterización. Organizacional. Caracterización informes gremiales. Instrumentos del proyecto.
es-	Instrumentos del proyecto. Cámara de Comercio. Encuesta DANE.
a, es,	Informes. Instrumentos del proyecto. Caracterización.
orga- y	Instrumentos del proyecto. Caracterización.

INDICADOR O VARIABLE	FUENTE DE INFORMACIÓN
Bases de datos. Tipo de información existente.	Instrumentos del proyecto
Instrumentos de recolección. Bases de datos. Procesos de recolección y socialización. Proyectos de evaluación o de investigación.	Instrumentos del proyecto.
Tipo información remitida. Uso de la información. Retroalimentación de la información.	Instrumentos del proyecto.

PROCESO	PREGUNTA
Caracterización	¿Cuál es el nivel de articulación entre artistas y productora-ingenieros de sonido (coherencia conceptual entre la propuesta artística y el producto)?
	¿Qué procedimiento se adelanta para concebir el diseño de las propuestas, y la evaluación de los proyectos artísticos?
	¿Cuál es la capacidad para la producción? Describa.
ORGANIZACIÓN	¿Qué formas de organización se están adelantando, a nivel de sectores y subsectores?
	¿Qué experiencias se han desarrollado, para la realización de proyectos conjuntos que involucren a artistas y productores?
SOSTENIBILIDAD	¿Cuáles han sido los bienes y servicios suministrados? y/o ¿cuáles han sido las estrategias? Volumen de ventas. Contabilidad Conocimiento de la legislación (subsidios, becas, otros) Fuentes de ingresos
	¿Cuál es el nivel de continuidad de los proyectos y/o de las acciones?
	¿Cuáles criterios se emplean para definir la continuidad de los proyectos?
	¿Cuál es el nivel de cobertura en la ejecución de las metas previstas?

Continuación de la página anterior

	INDICADOR O VARIABLE	FUENTE DE INFORMACIÓN
s cia	Desarrollo de las prioridades. Aplicación de las estrategias o políticas.	Instrumentos del proyecto.
r- ón	Agentes partícipes. Procedimientos y espacios de concertación.	
	Profesionales, profesionales especializados, grupo de técnicos, asesores, recursos materiales y técnicos	
n-	Número de empleados. Organización jurídica. Pertenencia a gremios, redes.	
te-	Tipos de Proyectos. Financiación de los proyectos: autónomos, por terceros.	
-	Artistas. Disqueras. Apoyos, convocatorias, alianza, redes o intercambios entre pares, u otro tipo. de bienes	
c-	Tipo de frecuencias. Duración de los proyectos (se debe analizar de acuerdo con la naturaleza del mismo).	
	Abierto.	
n		

Continúa en la siguiente página



PROCESO	PREGUNTA
SOSTENIBILIDAD	¿Cuáles son los costos promedios por producción?
	En los casos en que se hayan hecho evaluaciones ¿Cuál ha sido el impacto? Económico artístico/otros
INFRAESTRUCTURA	¿Tiene sede propia? ¿La planta es insonorizada? ¿Cómo es la caracterización acústica? Capacidad de producción.
PROCESO CREATIVO	¿Qué tipo de clientes tiene? Géneros. Participación en los procesos. Relación con músicos, editoras, productores managers.

	INDICADOR O VARIABLE	FUENTE DE INFORMACIÓN
/	Para los diferentes agentes del sector y de acuerdo con las variables definidas	
	Sistemas digitales. Sistemas análogos. Inventario de tecnología. Condiciones acústicas de la sede.	
y	Música, publicidad, cine, radio, Tv, doblajes, otros.	

