

Contenido

Introducción	9
I. Industrias culturales: entre la convergencia mediática y la globalización	
El concepto de industria cultural	29
Una aproximación desde la economía política <i>Ancízar Narváez Montoya</i>	
Globalización, mercado e industrias culturales: ¿resistencia o simulacro?	59
<i>Mirya Villadiego Prins</i>	
Convergencia y divergencia de los medios	73
<i>Arlindo Machado Neto</i>	
II. Radio y Televisión en Colombia	
¿Qué está pasando con la radio colombiana?	89
<i>Juan Carlos Valencia Rincón</i>	
La segunda y actual colonización española	111
Contexto económico en el que opera Caracol Radio <i>Eliana del Rosario Herrera Huérfano</i>	
La caja lista, ¿para qué cultura?	143
Televisión pública: Industria creativa <i>María Fernanda Lana Rassa</i>	
III. La Música: entre la comercialización y las prácticas socioculturales	
Lo bailao no se quita	161
La música como práctica comunicativa y cultural <i>Ómar Rincón Rodríguez</i>	

	Mercadeo celestial: marketing musical religioso	185
	<i>Luis Ignacio Sierra Gutiérrez</i>	
	Las multinacionales del disco y la comercialización de la salsa	201
	<i>Leopoldo Tablante Alcalá</i>	
	Techno, engendro cibernético	221
	<i>Alcides Velásquez Perilla</i>	
IV.	Músicas e identidades	
	La música del país vallenato	247
	Acuerdos y divergencias en torno a los símbolos musicales de identidad	
	<i>Manuel Sevilla Peñuela</i>	
	La música es el parche	271
	Espacios ritualizados del hopper en Medellín	
	<i>Ángela Garcés Montoya</i>	
	Anécdotas de música contemporánea acaecidas en la muy noble y leal ciudad de San Juan de Pasto	289
	<i>Andrés Octavio Torres Guerrero</i>	
V.	Investigación, divulgación y políticas	
	El Observatorio Nacional de Televisión (Ontel), un escenario público para la investigación de la televisión en Colombia	315
	<i>Mario Morales Rincón</i>	
	<i>Antonio Roveda Hoyos</i>	
	<i>Camilo Tamayo Gómez</i>	
	Ventanas: muestra audiovisual universitaria	343
	<i>Maria Urbanczyk</i>	
	<i>Rebeca Ulloa Sarmiento</i>	
	Documentos Unesco-Proyecto CCT:	379
	fomento de las tecnologías de comunicación e información (TIC) en la industria audiovisual y en la radio-teledifusión de servicio público en Colombia, Perú y Venezuela	
	Autores	387