



Dificultades que tiene un músico chileno emergente para lograr la radio-difusión a nivel nacional.

Nombres: Ana López M.

Gonzalo Riquelme B.

Profesor Guía: Guillermo Fernández

Tesis para optar a Grado de Licenciado en Música

SANTIAGO - 2014

¡Qué poco basta para ser feliz! El sonido de una gaita resulta suficiente. Sin música la vida sería un error. El alemán se imagina que hasta Dios canta canciones.

F. Nietzsche.

AGRADECIMIENTOS

Para mi Papá, que aunque no me enseñaste a pescar

Me diste los remos

Para salir a buscar a la mar

y a mi Madre,

Por su infinito apoyo

Invalorable y que nunca podré pagar.

G.

A mis Padres, Ana y Humberto, que sin duda son y serán siempre

la razón de mi éxito. Gracias por su compromiso con

mi educación, por su respeto a mi música.

A mis hermanos Lorena y Felipe,

por su ejemplo

de vida.

Para mi sobrina Amelia,

más que un agradecimiento una dedicatoria... todo es posible.

A.

GRACIAS ROSITA!

ÍNDICE

Agradecimientos.....	2
Índice.....	3
Resumen.....	6
Introducción.....	8
Capítulo 1: Planteamiento del problema de investigación.....	13
1.1 Antecedentes.....	13
1.2 Fundamentación del problema de investigación.....	17
1.3 Formulación del problema de investigación.....	19
1.3.1 Preguntas de investigación.....	20
1.3.2 Objetivo General.....	20
1.3.3 Objetivo Especifico.....	21
1.4 Justificación de la investigación.....	22
Capítulo 2: Marco Teórico.....	25
2.1 Lo Social.....	25
2.1.1 "La Sociedad del Espectáculo".....	25
2.1.2 "Sociedad de Consumo".....	28

2.1.3 Fin al derecho de Difusión Libre.....	32
2.1.4 "Nueva Ley de Cuotas: Como definir Hoy la Música"	33
2.1.5 "Sintonía Joven: Música, Comunicación y Jóvenes"	36
2.2 Político Económico.....	38
2.2.1 " La Cultura del Nuevo Capitalismo".....	38
2.2.2. Medios en Dictadura.....	40
2.2.3 SUBTEL.....	44
2.2.4 Libertad de Expresión y Constitución.....	46
2.2.5 Fenómeno a Escalas Nacionales.....	47
2.2.6 "Los Magnates de la Prensa"	48
2.3 Artístico cultural.....	50
2.3.1 "La Radio".....	50
2.3.2 Estancamiento Cultural.....	54
2.3.3 Gestión de Absorción Radial.....	55

Capítulo 3: Diseño de la investigación.....	57
3.1 Tipo de Investigación y Diseño de Investigación.....	57
3.2 Procedimientos metodológicos para la aplicación de los instrumentos investigativos.....	58
3.3 Procedimientos metodológicos para el procesamiento de datos de los instrumentos.....	58
Capítulo 4: Análisis y resultados.....	59
4.1 Análisis y resultados de las variables o categorías según tipo de investigación.....	59
4.2 Resultados de Análisis.....	62
Conclusiones.....	76
Bibliografía.....	79
Anexos.....	81

Resumen

Esta investigación surge para enfocar áreas poco exploradas dentro del mundo radial, en especial, las dificultades que tiene un músico chileno emergente para lograr la radio difusión a nivel nacional, refiriéndonos a la oferta internacional que muchas veces pasamos por alto sin detenernos a cuestionar el por qué ni el cuándo pasó a ser algo cotidiano dejar fuera a la música nacional-

Esta problemática será el tema a tratar en nuestra investigación. La poca consideración que se tiene por los músicos chilenos dentro del mundo radial nacional. Radio difusión que suele ser el punto más importante para comenzar una carrera musical importante.

Nuestro propósito es evidenciar los factores y las dificultades que debe atravesar un músico chileno para conseguir unos minutos de radiodifusión. Esto lo mostraremos a través de entrevistas a expertos en temas, radiales, musicales y jurídicos. Nuestra base teórica estará constituida de textos filosóficos, sociológicos que nos permitan comprender el contexto descrito en las entrevistas.

En consecuencia este trabajo pretende demostrar la falta de interés que tienen los conglomerados radiodifusores por la música chilena, en el sentido que no existe recambio de listas ya que estas se encuentran predefinidas por factores ajenos al valor estético de una obra. También analizaremos la Ley vigente y sus normas, para proteger al músico, su obra intelectual y la Sociedad Chilena del Derecho de Autor, que entrega beneficios sociales a sus afiliados, tal cual como lo haría una Caja de Compensación.

Creemos que la sociedad chilena merece disfrutar del arte de su tierra, con radios que apoyen iniciativas emergentes y las difundan con criterio, sin tener que buscar de primera mano la oferta internacional regida por tendencias mercantilistas que imponen lo que debe escuchar nuestra sociedad y que obliga a asumirla como propia. Otras alternativas parecen ser los medios digitales como el Cd, MP3 o cualquier otro aparato que no sea la radio, teniendo la libertad de elegir qué canciones llevar. Sin embargo, la radio sigue siendo un medio relevante en la difusión para nuevos creadores. Abogamos, también porque el auditor tenga la posibilidad de escoger y pueda llamar a la radio y solicitar una canción pero, como veremos en esta investigación, las posibilidades de cambiar las listas de reproducción son muy bajas.

INTRODUCCIÓN

Ad portas de nuestra salida al mundo laboral y enfrentados a la toma de decisiones que marcaran nuestros futuros, es inevitable preguntarnos si podríamos vivir de la música en este país y con qué dificultades nos encontraríamos al momento de intentar hacerlo.

Vivimos en una sociedad y en un país, donde la radio difusión de artistas chilenos emergentes es muy compleja. Difícilmente aparecen en el "mercado radial" nuevas figuras que se establezcan en las radio emisoras para quedar sonando indefinidamente.

Podemos atribuir las dificultades de este proceso a diversos factores que iremos analizando en este trabajo.

Partiremos contextualizando que, a partir del siglo XX, la radio-difusión ha tenido un protagonismo a nivel mundial, constituyéndose en un medio de comunicación libre y autónomo para la sociedad, y una fuente de acceso inmediato a la información.

Su característica fundamental es forjar en el oyente una imagen sonora del acontecer mundial y local e informar a partir de las realidades sociales. Es, además, un ente acompañante, entretenido y formador de cultura y opinión en los ciudadanos.

Inicialmente, la oferta programática de la radio se basó en espacios musicales (tanto en vivo como en formato fonográfico), rondas de conversación, noticiarios, etc. Todo esto con el objetivo de posibilitar la libertad de opinión, comunicar a los ciudadanos entre sí y fomentar el sentido crítico de una sociedad informada y con mayor cultura.

Si pensamos en la masificación de este medio y la importancia que ha tenido para los adultos de nuestra sociedad, en términos de credibilidad y fuente incuestionable de su saber, nos cabe preguntar qué han hecho las personas encargadas para mantenerlo dentro de los estándares de preferencia del auditor. Sabemos que hoy en día es muy fácil iniciar una transmisión radial ya que la velocidad de las ondas y decodificación de datos es casi instantánea, se puede llegar a una cobertura casi total de la población mientras se cuente con un dispositivo de radio y además los costos de los transmisores son cada vez más asequibles para el público en general.

Con el avance de las tecnologías y el sistema económico globalizado, la función de entregarnos música, la difusión de los artistas y el compromiso social de la radio, han sido distorsionados. Nuestra línea de investigación tratara de responder a este fenómeno describiendo las dificultades y los factores extra musicales que influyen hoy en día en la difusión masiva de los artistas chilenos emergentes.

Hemos observado y discutido sobre el fenómeno socio-económico que lleva hoy a las radios a difundir sólo a aquellos artistas ligados a grandes sellos, conglomerados, marcas, eventos, "ganchos" y descuentos de todo tipo por sobre un mercado más abierto, global, novedoso e inclusivo. Sentimos, tal vez, la falta de un criterio más neutral para la clasificación de aquello que debemos escuchar o no, pues intuimos que aquello que define la difusión de los nuevos artistas, pasa más por la rentabilidad de los nuevos conglomerados económicos, la estética imperante, y lo que se defina como "producto nuevo" desde las potencias desarrolladas, que por el talento o el apoyo a las carreras de los músicos locales.

Otro punto crítico es la aceptación social a la situación actual de la radio, asumiendo la oferta entregada sin ningún cuestionamiento al manejo y orientación que ofrece la programación radial en estos momentos. Creemos que esta situación se produce por la compra y venta de frecuencias radiales manejadas por grupos reducidos, asociados a *holdings* y empresas individuales que no tienen mucho que ver con el ámbito musical, poniendo en desmedro la libre competencia, las tradiciones familiares, las necesidades particulares de los auditores locales, los proyectos y expectativas de los músicos emergentes nacionales.

Con el paso del tiempo los locutores y trabajadores radiales han visto como este fenómeno se ha acentuado con la entrada de radios que a partir de 1975 funcionan como distractoras de cualquier contingencia política y/o económica que se suscite en el acontecer de la realidad.

Podríamos adelantar, a modo de ejemplo, la situación que vivió el grupo

Bezanilla-Anguita y la venta de sus radios Horizonte y Oasis a Canal 13, luego de la saturación que vivieron sus creadores frente a la nueva propuesta radial con una propuesta menos formal en la relación con los auditores. Tenemos entonces la declaración de Julián García Reyes Anguita que opina esto al respecto:

"...En la guerra de los medios, incluyendo a la radio, el demonio va ganando. Es la decadencia máxima. Es brillante, es inteligente, por lo que yo lucho para que gane Dios. Relatar una relación sexual, tutear a la gente y develar la intimidad es una aberración." (García Reyes. J. 2004)

En esta investigación evocaremos el tema, haciendo referencia al pasado de estas radios y la incorporación de transnacionales que compraron las emisoras.

Según nuestra opinión, este comentario se asemeja al concepto de capitalismo de Dani Rodrik en *"La paradoja de la globalización"* en donde detalla que el capitalismo se reinventa continuamente y se transforma a medida que las necesidades del mercado lo requieran.

El mercado radial ha tomado el mismo rumbo capitalista de nuestra sociedad actual, debido a que también se adapta a las necesidades del mercado global, impulsado por las tendencias extranjeras, la publicidad y la falsa demanda que se nos impone. La música que se genera a través del concepto creación-venta se vuelve popular en el sentido de que la publicidad y las marcas asociadas (tales como productos alimenticios, conglomerados radiales, casas televisivas, juguetes, vestuario, etc.) inyectan dinero directamente para promocionar a determinados artistas y sus eventos en vivo. Uno de los ejemplos más cercanos

es el de Movistar Arena y sus patrocinadores, que auspician a un artista por medio de una alianza entre el holding radial (en este caso Iberoamericana Radio Chile) y los dueños del espacio a utilizarse.

Esperamos, por medio de nuestra investigación, encontrar respuesta a todas nuestras interrogantes y lograr una visión clara y sugerente de este complejo tema en torno a la música nacional.

CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1.- Antecedentes

Durante muchos años, sobre todo desde la década del 90', hemos escuchado la misma música en casi todas las radios nacionales, las mismas bandas, los mismos estilos. Nos llama la atención que las radios nacionales de difusión masiva presenten una falta de interés generalizada por la música chilena y sus nuevos exponentes. Pero nos parece más preocupante aún, que no se instale esta escasa difusión en la discusión social y que no se valore la riqueza de un vínculo más estrecho con la música chilena emergente.

La oferta internacional ligada exclusivamente a consorcios extranjeros ha impuesto como realidad una cultura completamente ajena a la nuestra, marcando las tendencias que debemos seguir y creando un problema socio-cultural al no asumir nuestra propia identidad y alejándonos de nuestras raíces.

La industria nacional no ha conseguido el reconocimiento apropiado, pese a que han existido algunos intentos por revivirla. Es el caso del Diputado UDI Enrique Estay Peñaloza que en el año 2007 envió un proyecto de ley que exige a las radios establecer dentro de su programación, un veinte por ciento de tiempo destinado a la difusión de músicos chilenos, pero que ha sido mal interpretada y reduce este espacio a la música folklórica como única exponente de la producción nacional. (González. J. P 2014).

La interpretación errónea de esta ley, merma las posibilidades de surgimiento

de nuevas bandas con propuestas musicales diversas y que no entren en el marco de lo que se reconoce como folklor de raíz nacional. Es así como este intento de promover la creación y promoción de nuevos estilos musicales, se convierte en una piedra de tope aún más grande para los nuevos artistas que esperan ser conocidos.

A continuación exponemos los resultados de una encuesta que fue realizada a un grupo de jóvenes, elegidos al azar, que representasen los gustos y tendencias musicales del momento y así tener una visión clara de los artistas con mayor llegada al público para formar parte de la cultura de nuestra sociedad. Los resultados son dramáticos para el artista nacional y son una clara muestra de lo que nosotros queremos profundizar en esta investigación.

Internacionales	Nacionales
-----------------	------------

Wisin y Yandel	42,1	La Noche	14,5
Camila	26,3	ZK &Crac Mc	8,6
Don Omar	25,7	Los Tres	6,6
Tito el Bambino	21,7	Los Prisioneros	5,3
Daddy Yankee	17,8	Gondwana	4,6
Sin Bandera	17,1	Los Miserables	3,9
Maná	15,8	Reggaeton Boys	3,3

Enrique Iglesias	14,5	Alberto Plaza	3,3
Arcangel	12,5	Aparato Raro	3,3
Chayanne	11,8	Chancho en Piedra	3,3
Jowell & Randy	11,8	Croni-K	3,3
Rakim y Ken-y	11,8	De Saloon	3,3
Zion	11,2	Makiza	3,3
NI	10,5	Shamanes	3,3
Hector "The Father"	10,5		
Metallica	10,5		

(Aldunate M, Ayala J y otros 2009)

Los resultados de esta encuesta dejan de manifiesto la preferencia, en nuestro país, por los músicos extranjeros en desmedro de los artistas locales y, con ello, la influencia avasalladora de sistema económico neoliberal impuesto por las transnacionales. Asunto que será el hilo conductor de nuestra investigación. Podemos agregar, que muchos dueños radiales y empresarios debieron vender sus frecuencias por una baja rentabilidad y las magras condiciones laborales que se desprenden de la competencia desequilibrada y desleal. Es así como Julián García Reyes Anguita y el grupo Bezanilla, que conformaron el concepto radial

chileno y fueron dueños de las radios Concierto, Futuro y Horizonte por los años 1995-2000, no pudieron lidiar más con los grandes consorcios radiofónicos foráneos, teniendo que vender forzosamente su concepto, sus estudios y sus años de trabajo, para dar paso a negocios transnacionales que, sin duda, no tienen ningún parecido a lo que presentaron como concepción original, estas radioemisoras.

Lo anteriormente expuesto dentro del contexto histórico, político, económico y social de nuestro país desde los años 70, nos sitúan en la compleja realidad que deben enfrentar hoy los autores, músicos e intérpretes de nuestro país. Ellos se presentan a las radioemisoras con sus sueños, expectativas, la necesidad de darse a conocer y compartir su visión artística y musical como una propuesta viva y con energías renovadas, en un mundo que no está preparado para acogerlos, impulsarlos y darle la difusión que quisieran.

1.2.- Fundamentación del problema de investigación

El arte por si mismo tiene como objetivo enriquecer y potenciar las habilidades, pensamientos, sentimientos, ideas, etc, del músico. Esto solo se logra mediante la difusión masiva radial, eventos grupales con música en vivo y ventas de fonogramas, que logren satisfacer las necesidades económicas del músico para él y su comunidad.

Pensamos que es de suma importancia investigar sobre esto, ya que como músicos y futuros profesionales de la música, sentimos una desventaja para llegar a la radio-difusión, siendo reconocidos por nuestra música, además de ser respetados por nuestras obras y composiciones, generando titubeo a la visión laboral que se nos presenta a futuro.

Los músicos chilenos y su búsqueda por dar a conocerse, más allá de su nombre o pseudónimo, han sido infructuosos. Esto se demuestra con la programación radial ya que muchas veces, la oferta musical internacional sobrepasa a la chilena en las radios difusoras nacionales.

Por esto investigaremos las razones por las que el músico emergente no tiene el acceso a ser radio-difundido y evaluaremos en esta tesis, por medio de antecedentes concretos, a personas que estuvieron dentro del medio radial y saben su funcionamiento.

Creemos que esta situación tiene su origen en los hechos ocurridos desde 1973, donde las radios y la difusión en Chile, sufren un giro obligatorio en su visión, debido a una dictadura de más de 15 años, generando un cambio en la visión de sociedad, que antes de la imposición política de facto, tenía una expectativa más cercana a la popularidad y calor humano, que nuestros antepasados generaron en sus familias.

Las generaciones que nacieron a partir de los años noventa en adelante, sufrieron una laguna importante en su memoria, que la oferta internacional supo rellenar de forma impositiva, a través de compras por parte de consorcios transnacionales de los medios de radio-difusión, y que hasta el día de hoy, nuestra empobrecida cultura musical no ha podido competir con semejante oferta, sobretodo en el ámbito publicitario y comercial.

Algunos de estos consorcios, como Ibero Americana Radio Chile, filial del grupo español PRISA, tienen dentro de sus empresas a más de 7 radios bajo su control, sectorizadas y diversificadas por grupo socio económico (GSE), siendo la mayoría para público y estratos sociales altos.

Desde el siglo XX el arte y los rostros exponentes de todas sus disciplinas, han sufrido un estancamiento pues, según nosotros, el sistema capitalista los ha tomado para sí como un bien de consumo y "reciclado" para volver a reproducir como producto nuevo. Esto ha impedido que las generaciones actuales, aporten frutos de nuevos modelos artísticos musicales, originales y con proyección para ser reconocidos por las generaciones posteriores.

1.3.- Formulación del problema de investigación:

Creemos que la radio ha desconocido a la música chilena, dándole la espalda y no creyendo en el potencial que los mismos músicos chilenos emergentes pueden expresar mediante sus obras.

Para investigar este fenómeno y categorizar las variables que afectan al músico, entrevistamos a expertos que se enmarcan en el funcionamiento, tanto interno, externo, jurídico y programático de la radio.

Si nos remontamos a inicios del siglo XX, la radio ha tenido como objetivo comunicar a las sociedades y comunidades, manteniéndolas al tanto de cualquier información emergente o de interés general. Con el paso del tiempo la radio ha ampliado su oferta programática ofreciendo música y espacios dedicados a ciertos temas de entretenimiento. En estos inicios los artistas que difundía la radio eran de la misma comunidad de quienes los escuchaban, o al menos pertenecían al país de origen donde se emitían.

Hoy en día la radio ha tenido un giro totalmente distinto, convirtiéndose en radios especializadas (musicales, informativa, noticiosas, entretenimiento, etc) ofertando una variedad segmentada por diales (de un dueño cada varias frecuencias).

PREGUNTAS DE INVESTIGACION.

- ¿Cuáles son las dificultades que tiene un músico chileno emergente para llegar a ser radio-difundido en una radio con presencia nacional?
- ¿Existen instituciones que regulen, coarten o seleccionen qué música y/o músicos serán difundidos en las radio emisoras?

OBJETIVO GENERAL:

Describir las dificultades de los músicos emergentes, para entrar en la radiodifusión chilena de cobertura nacional, abarcando la situación legal y social.

Describir el funcionamiento de las radios, sus parrillas programáticas y enlaces con instituciones privadas y con fines de lucro.

Describir las misiones y visiones de cada consorcio radial, desde el objetivo principal con el cual la radio fue fundada.

Citar y dar a conocer los puntos de vista de los propios músicos que han tenido en algún momento proyectos para ingresar a la radiodifusión chilena de carácter nacional. Cada uno de sus comentarios los compararemos con quienes también han buscado la eterna posibilidad de entrar a la radio.

OBJETIVO ESPECIFICO

Recopilar información a través de entrevistas a músicos emergentes y consolidados, abogado que abarque el tema legal en derechos de autor y radio-programador que sepa del funcionamiento de la parrilla escogida a diario en la radio y si goza de autonomía programática. Les pediremos que den su opinión acerca de su trabajo y su visión de lo vivido de la manera más neutral posible y según sus testimonios, analizaremos la información recopilada de estas personas, las clasificaremos y las expondremos en el resultado de esta investigación.

Establecer cuáles son las dificultades que tienen los músicos chilenos emergentes para su difusión de carácter nacional.

Aparte de las entrevistas analizar los pros y los contras de tener acceso a los medios de comunicación radiales, si es que hay barreras burocráticas por parte de las empresas o el Sello que les graba para ver la luz dentro del medio radiofónico.

Describiremos en tres factores la problemática actual, basándonos en el ámbito social, político-económico y artístico-cultural.

1.4.- Justificación de la investigación

Hemos puesto énfasis especialmente en la oferta internacional superpuesta y avasalladora, que no permite la entrada de oferta nacional en las mismas radios que fomentan la libre expresión y la diversidad musical.

Es muy importante para un músico, conocer esta problemática de difusión de en Chile, ya que a pesar de contar con una formación académica completa, sino tiene acceso a difusión no se abren puerta para transmitir su obra. Además, es probable que esta información sea válida durante décadas mientras no exista un cambio real en nuestra legislación, en el tratamiento de los grupos sociales emergentes y el orden del negocio radial con una mirada más respetuosa por la identidad local.

Con respecto a la relevancia social que muchas veces es menoscabada sin pedir opinión ni comentario al público mismo, servirá para que en un futuro próximo nuestra música, sea cual sea el estilo, se desarrolle de tal forma que incluso llegue a ser motivo de exportación a nivel mundial y motivo de orgullo, siendo que en este tiempo no ocurre de esta forma.

Sabemos que nuestro proyecto no resolverá problemas trascendentales dentro de nuestra cultura y dentro de nuestro repertorio musical, pero dará pie para que las generaciones futuras tengan nuevas inquietudes, se abran a nuevas propuestas nacionales y tengamos un público que exija creaciones musicales de calidad sin restricciones de modos, estilos ni mensajes, promoviendo el quehacer y la identidad propia de nuestro pueblo.

Esto lo comparte Gustavo Cerqueiras pianista del grupo *Ernesto Holmann EtnoJazz Trío* en el documental *Tercer Mundo: Made in Santiago* de Pablo Hermanns.

"Yo creo que al fin y al cabo lo que falta, es que la propia gente de nuestro país se identifique con su tierra, creo que la gente empieza a buscar su ascendencia europea, su ascendencia de cualquier parte y lo que deja de hacer es decir soy chileno, tengo una música, tengo una identidad propia y quiero generar esa música y exportarla. Siempre conversamos con Ernesto que aquí en Chile se hacen batucadas por ejemplo, pero el extranjero va a ir a comprar batucadas a Brasil, se hace el Jazz, pero el Jazz lo van a ir a comprar a Estados Unidos, ¿Porque a Chile? y ¿Que vende Chile? ¿Que exporta Chile? hacemos Pop, hacemos muchas cosas, Pop que se hace en Chile no Pop Chileno, no música que sea descendencia de nuestras propias raíces, entonces es súper importante creo yo empezar, tener una conciencia primero de tu identidad y tu identidad de país, tu identidad musical para que también los medios crean en esto y apoyen y aporten a esto..."

Con esta investigación, abrimos las puertas para que alguien pueda analizar desde la actividad musical, las implicancias y alcance que tiene esta situación para los chilenos. Dentro del sistema es posible hacer cambios mientras conozcamos a fondo qué tanto nos puede afectar esta situación, y sentemos bases para la experimentación con alguna banda o agrupación que desee llevar su música hacia ámbitos de difusión masiva.

Nos parece interesante describir y analizar esta situación, dando a conocer una realidad desde el punto de vista musical, compositivo, intelectual y legislativo. Los entrevistados dan su punto de vista sólo en la capacidad que tiene la radio de llegar a sus auditores, que podrían llegar a ser cien o miles de chilenos dispuestos a experimentar sensaciones nuevas. Si ponemos estas experiencias a prueba podrían llegar a cambiar el paradigma social que tienen las personas tan férreamente aceptado, sin cuestionamiento y sin lugar a razonamiento, por la imposición del sistema capitalista en el quehacer musical del país.

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

2.1 LO SOCIAL

2.1.1.- “La Sociedad del Espectáculo”

La Sociedad del Espectáculo de Guy Debord, describe la condición moderna actual capitalista de producción masiva de “espectáculo” como realidad alterna asumida como verdad. Análisis de parámetros para mediatizar relaciones sociales por intermedio de imágenes usadas como instrumento de unificación. Sometimiento por parte del “espectáculo” a los hombres en la medida que la economía y el mercado lo necesiten.

Empalme entre el sistema capitalista y su relación con el poder de decisión de la sociedad, utilizado como arma burocrática de distracción masiva del Estado, para con sus proletarios.

Abordaje del siglo XX y revolución capitalista de los medios para llegar a la sociedad con un mensaje firme y claro. Definición descriptiva de la situación actual de los medios de comunicación para expresar contenidos separados en mensajes e imágenes, segmentadas arbitrariamente a criterio del mercado.

Exposición mediante una sencilla explicación de la negación a la realidad y a la vida misma por parte de la sociedad, en consecuencia de haber aceptado la realidad impuesta, negando su humanidad y la capacidad de elección.

Critica a la nula existencia de organismos competidores y competentes para dar fin al monopolio y cerco comunicacional disfrazado de industria cultural.

“6: ... El espectáculo, comprendido en su totalidad, es a la vez el resultado y el proyecto del modo de producción existente. No es un suplemento al mundo real, su decoración añadida. Es el corazón del irrealismo de la sociedad real. Bajo todas sus formas particulares, información o propaganda, publicidad o consumo directo de diversiones, el espectáculo, constituye el modelo presente de la vida socialmente dominante. Es la afirmación omnipresente de la elección ya hecha en la producción y su consumo corolario. Forma y contenido del espectáculo son de modo idéntico la justificación total de las condiciones y de los fines del sistema existente. El espectáculo es también la presencia permanente de esta justificación, como ocupación de la parte principal del tiempo vivido fuera de la producción moderna.” (Debord G. 1967)

La concepción adoptada a partir de la conversión objetiva de la radiodifusión, transformó las emisoras radiales en medios de propaganda para justificar la vida impositiva dominante. Todo esto para perpetuar los objetivos comerciales del mercado y el público al cual se quiere llegar.

Bajo este punto de vista podemos concluir que al no ser parte de la radio como músico emergente, no es posible acceder a la radiodifusión de carácter masivo sin tener antes que pasar por el cedazo del mercado y su justificación impositiva.

“8: ... No se puede oponer abstractamente el espectáculo y la actividad social efectiva. Este desdoblamiento se desdobla a su vez. El espectáculo que invierte lo real se produce efectivamente. Al mismo tiempo la realidad vivida es materialmente invadida por la contemplación del espectáculo, y reproduce en sí misma el orden espectacular concediéndole una adhesión positiva. La realidad objetiva está presente en ambos lados. Cada noción así fijada no tiene otro fondo que su paso a lo opuesto: La realidad

surge en el espectáculo, y el espectáculo es real. Esta alienación recíproca es la esencia y el sostén de la sociedad existente.” (Debord G. (1967).

“12: El espectáculo se presenta como una enorme positividad indiscutible e inaccesible. No dice más que “Lo que aparece es bueno, lo que es bueno aparece”. La actitud que exige por principio, es esta actitud pasiva que ya ha obtenido de hecho, por su forma de aparecer sin réplica, por su monopolio de la apariencia”. (Debord G. (1967).

Si lo relacionamos con el área a analizar nos podemos dar cuenta de que la radio está siguiendo el paradigma capitalista al pie de la letra, mostrando el espectáculo como verdad y siendo asumida por sus oyentes; Las radios aparentan diversidad, amplio espectro en el ámbito musical pero su monopolio se contrapone a la diversidad que ellos acusan, por el contrario, las planillas musicales son invariables e inalcanzables para un músico que no reúne los requisitos de admisión al sistema radial. Estos son netamente requisitos económicos, los cuales no se encuentran prefigurados, pero se figuran a partir de la venta.

2.1.2 “La Sociedad de Consumo: Sus mitos, sus estructuras.”

La sociedad de consumo: sus mitos, sus estructuras de Jean Baudrillard, es la explicación desde un punto de vista rasante a la sociedad esclavizada y violentada por un movimiento de represión “pacificado” y alusivo a noticias perturbantes, amarillistas y amenazantes; haciendo creer en el oyente una sensación de fragilidad y temor. Esto maquilla la sensación de violencia real e incontrolable que de verdad transmite la profusión y la seguridad una vez que han alcanzado cierto umbral.

“... El consumo es de apariencias, las fronteras entre los mundos se han disuelto, la diferencia sexual se ha confundido, las catástrofes son espectáculos programados, las copias dominan a los originales; ya no estamos en el crecimiento, estamos en la excrecencia. Estamos en la sociedad de la proliferación, de lo que sigue creciendo sin ser medido por sus fines. Lo excreciente es lo que se desarrolla de una manera incontrolable, sin respeto a su propia definición, es aquello cuyos efectos se multiplican con la desaparición de las causas. El canto del carácter aleatorio y arbitrario de las representaciones no es así más que una celebración del abandono de un discurso de la historia. En clave nietzscheniana el movimiento post moderno se ha empeñado en dar por hecho el fin de la historia, por el que se niega cualquier acceso a lo real o a la naturaleza mediante algún tipo de racionalidad evolutiva, pero Baudrillard lleva este canto al límite último, porque ante este tenebroso panorama, por lo menos para algunos, ni siquiera podemos hacernos, según Baudrillard, la ilusión de que todo se acaba. Este pensamiento del fin es también ilusorio, como en las condenas infernales estamos destinados a repetir en un buque interminable de acontecimientos caóticos eternamente reciclables, repertorios simbólicos de la sociedad de los simulacros. Por su acostumbrado método de saturar y sobrepasar cualquier argumento, se ironizan hasta el escarnio las tesis neoliberales (Fukuyama) o postmodernas (Lyotard) del final

de la historia. La conclusión es algo así como que el infierno de los simulacros no acaba, ni acabara nunca.” (Luis Enrique Alonso (1992))

La introducción que realiza Luis Enrique Alonso, trata sobre la decadencia y excrecencia de los medios masivos, especialmente la radio, de manera incontrolable y con un abandono preocupante del discurso original por un ajuste a las necesidades neoliberales del mercado. Dado que la radio en este momento responde a las necesidades del mercado para subsistir, un músico emergente que no esté ligado al discurso económico neoclásico chileno jamás podría tener la chance de entrar, aunque no sería conveniente para el mismo si tiene un discurso coherente en la música que desea difundir.

Siendo el único medio masivo la radiodifusión, al menos en el área musical sin un uso de imagen comercial o estereotipo, las condiciones son casi nulas para ingresar a la radiodifusión sin generar nada o algunos derechos, reflejados en dinero para las radioemisoras y el conglomerado involucrado.

Las teorías neoliberales o sobre el fin de la historia, detallan algunas secciones especialmente influyentes en la historia de la radio, teniendo en cuenta que todas las cosas se están viendo afectadas por el estilo de vida deshumanizante de alguna manera, por la conversión de la radio a un discurso apoyando una imagen u objetivo publicitario, convirtiendo la radio no solo en un medio de propaganda, sino en un medio de comunicación de masas que perdió sus cimientos originales por el cual fue fundada.

La comparación que coincide con la visión estructurada del destino de la radio presente, es de un gran “*mall*”, que contiene productos no muchas veces necesarios pero puestos a la venta como algo que uno “debería tener”, o para estar a la moda, solo por tenerlo o por no ser menos. La radio tiene como conglomerado, una visión muy

parecida a la definición de “*mall*” de Baudrillard, que aunque ofrezca diversidad no siempre el producto a la venta será útil pero marcará tendencias, por eso el oyente debe obtenerlo. Esta oferta es mostrada como algo bueno, como parte de la hiper-realidad definida por Guy Debord, siendo parte del espectáculo, de un producto, es la careta de algo que no llena el interior de la persona, solo la hace derrochar su dinero a un sistema capitalista por adquirir una imagen.

El “*Mall*” de Baudrillard tiene una característica, como él lo define de manera “caleidoscópica” donde incluso el *mall* puede vender “materia gris” como también baratijas, discos, libros de bolsillos, libros de cabecera, etc. Es una combinación de arte y ocio dentro de la vida cotidiana en un solo lugar, que abarca toda la vida, donde el consumo se desenvuelve en todas las actividades. Es la “fenomenología del consumo” donde las conductas del ser humano y las redes sociales se desenvuelven dentro de las ciudades futuras que son los centros comerciales.

Por último Baudrillard encierra el lugar del consumo bajo ciertos parámetros que suceden espontáneamente en la vida cotidiana. Los parámetros se basan en la repetición de cosas, gestos cotidianos comunes, banalidad de los hechos y un *sistema de interpretación*. La praxis de este lugar de consumo se basan en dos mundos, en una esfera abierta que involucra acciones trascendentes autónomas y abstractas (política, social, cultural) y la esfera privada o interna (trabajo, ocio, familia y relaciones). Estas dos esferas le dan sentido al paradigma del individuo y lo tranquiliza del ambiente hostil y lo desconocido, esto forma una complicidad para poder entender e interpretar el mundo de forma interna. Por lo tanto la cotidianidad no podría ser tolerable sin una careta de mundo y sin una excusa de que el individuo participa en él.

“La cotidianidad como encierro, como retiro, como "verborgenheit", sería insoportable sin el simulacro del mundo, sin la excusa de una participación en el mundo. Necesita alimentarse de imágenes y diseños multiplicados de esa trascendencia. Su quietud tiene necesidad, como ya vimos, del vértigo de la realidad y de la historia. Además, para exaltarse, su sosiego necesita la perpetua violencia consumida. Esta es su propia obscenidad, golosa de acontecimientos y de violencia, siempre que estos les sean servidos a temperatura ambiente. En términos caricaturescos, es el telespectador, relajado, observando imágenes de la guerra de Vietnam. La imagen de la televisión, como una ventana invertida da primero a una habitación y, en esa habitación, la exterioridad cruel del mundo se hace íntima y cálida, de un calor perverso.”

(Baudrillard J. 1992)

2.1.3 FIN AL DERECHO DE DIFUSIÓN LIBRE

Ya sin ninguna explicación, lógica impuesta por una dictadura derechista y siguiendo la línea política que con el pasar de los años se desarrollaría con la supresión a libertad de expresión. El control de la prensa radial y libertad de opinión, se vería coartada para lo que según nuestra visión, fue un atentado letal que dejaría huella hasta nuestras generaciones de un golpe extremo fomentado por el terror hacia la información real y transparente, sin tapujos ni presiones de empresas detrás de los medios comunicacionales, para formar un país lleno de ideas que desde ese tiempo no permiten un fomento a la mejor radiodifusión, mejor creación de contenidos y por supuesto, el derecho a la radiodifusión libre hecha por chilenos, para chilenos.

A partir de esto y comprobando que la dictadura tiene puesta sus narices dentro del sistema radial, el único objetivo compartido es la desinformación de la sociedad y el convencimiento que las masas deben seguir un camino prediseñado.

2.1.4 “Nueva Ley de Cuotas: Como definir hoy la Música”

El artículo que el académico Juan Pablo González de la Universidad Alberto Hurtado redactó para el diario El Mercurio, está en el contexto de la Ley de obligatoriedad del veinte por ciento impuesto a las radios chilenas del país. En su artículo habla sobre la Nueva Canción Chilena, proceso iniciado desde 1960, que catapultó y sembró la producción chilena a niveles nunca antes vistos. Según Juan Pablo González: *"Hasta la década de 1960, no había duda que la música chilena era la tonada y la cueca. A nadie se le habría ocurrido catalogar como música chilena a la nueva ola."* (González. J. P 2014).

Si la variedad de música estuviese perfilada en diversos estilos, como la producción nacional que es tan diversa desde la ranchera hasta el jazz o en el ámbito folclórico desde la tonada hasta la fusión latinoamericana, sería más fácil encasillar de una forma coherente y rentable, distribuir la música por los medios radiales. Sin embargo, este concepto en Chile se ha vuelto ambiguo y disperso. La música chilena como concepto es difícil de aterrizar por un problema que desde hace años la sociedad no ha sabido aceptar: la identidad.

"Lo que está claro es que el concepto de música chilena apela a fenómenos de identidad, aunque hoy día esté en disputa, por sectores sociales y generacionales que han puesto en jaque aquella identidad nacional monolítica construida desde el folclor de la zona central.[...]. Con esto presente, resulta más difícil aceptar la existencia de una música chilena instantánea, aquella con carnet de identidad de por medio. Es preferible considerar el espesor histórico, el uso social y el vínculo con una tradición antes de aplicar una categoría cultural a la música producida en un país." (González. J. P 2014).

Un punto importante que aborda el autor, son los medios de acceso por el cual se obtiene el fonograma y el uso que se le da a éste. Desde la universalidad del medio, la música ya tiene un valor de acompañamiento y un uso de amable fondo para nuestros quehaceres, sin importar tanto la forma o contenido ni menos el origen de éste.

La industria radial ha tenido cambios en sus objetivos, a partir de 1990 la difusión de un artista nuevo, emergente y con alguna canción con futuro de ser consolidado, aumentaba la venta de discos compactos o cualquier otro medio de reproducción fonográfica. Las industrias radiales y fonográficas estaban íntimamente relacionadas, con programas dedicados a la difusión de un artista/disco, producciones de un sello discográfico en especial o la misma "Payola" (Pagos en dinero por parte de empresas discográficas para promocionar con espacios dedicados ó difusión de ciertas canciones a determinados artistas o bandas.).

Según el académico Juan Pablo Gonzalez, la producción musical se ha tenido que reinventar y repensar por completo para llegar al público, ya que la omnipresencia de ciertos artefactos electrónicos como los reproductores MP3, celulares con conexión a internet y programas de Streaming, acompañan a las personas en cada momento de la vida, en cada segundo de sus quehaceres. La poca atención que les prestamos a estos temas musicales, nos ha hecho escuchar de forma fragmentada cada obra, siendo más interesante para el oyente escuchar el mismo tema con acompañamiento de una maquetación de conceptos por medio del Video Clip, que ya vería sus primeras luces desde la década del 70' y llegara a su máxima expresión en las décadas posteriores.

"La estrella de la radio no ha resucitado. Más bien continúa siendo sepultada bajo las múltiples formas que tenemos hoy día para acceder a la música y usarla de amable fondo para realizar otras tareas." (González. J. P (2014)).

Las nociones de que el "espectáculo", expresadas por Debord anteriormente, es un síntoma de globalización gobernada por el espectáculo, que en este caso, por medio de un videoclip, la imagen es más potente para llegar a sus espectadores que ya no solo buscan un producto sonoro, sino una experiencia más viva, una visión de "tocar" al artista y sentirlo a flor de piel más allá de su trabajo musical y pasando su trabajo musical a segundo plano.

2.1.5 “Sintonía Joven: Música, Comunicación y Jóvenes”

Desde la concepción de la radio, ésta ha estado atada al real ser del arte, al concepto de arte que manifiesta interés sin miramiento, un interés genuino por compartir con los demás ideas y melodías concentradas en un trabajo mucho más grande que el lenguaje verbal. Pero el arte está sujeto a cambios, como todas las cosas en el mundo, en el sentido de que el arte es manipulable por el ser que la manipula; para bien o para mal.

Uno de esos cambios que ha sufrido el arte es la transformación del emisor de arte a manipulador de arte, en un estado de conciencia tendencioso a lo económico, pensando solo en el beneficio monetario y generando “Arte en Serie” dentro de una industria que este puede ser definida del siguiente modo.

“El artista necesita trabajar arduamente en la promoción de su trabajo y no podrá dejar de recurrir a las formas tradicionales de comunicación, y también a las nuevas formas publicitarias de la red. Buscara con ingenio modos atractivos de hacer llegar sus producciones y en la medida de su aceptación tendrá que asistirse de equipos de trabajos, soportes técnicos, periodistas, diseñadores, etc. Es decir, se convertirá en un empresa, en una pequeña o mediana industria, y de acuerdo al tamaño de su expansión necesitara de nuevas formas de asociación.

¿Qué ocurre con el artista talentoso que no tiene la aptitud ni la vocación empresarial, para hacer todo aquello que requiere para difundir su trabajo? Es una pregunta ociosa, que solo busca establecer que el desarrollo de una industria en relación a las expresiones artísticas empieza justo donde la manifestación del arte concluye. Lo demás es esfuerzo de industria, necesario y constante en la distribución de los objetos culturales, como la música, para alcanzar su masividad.” (Aldunate M, y otros. (2009)).

Queda más que claro, que el arte dejó de ser arte para convertirse en una industria, que capitaliza sus beneficios sin depender del artista, sino gracias a las gestiones que realiza la “Máquina” detrás de él, sin tener valor lo que generen como trabajo intelectual para llegar a la radio-difusión, teniendo que pasar obligatoriamente por filtros ya definidos por la misma industria cultural. La industria musical se basa en lo que el mercado radial pueda rentar y variar según las estimaciones y tendencias del “público”, ajustándolas y ofreciéndolas como novedad.

2.2 POLITICO ECONOMICO

2.2.1 “La cultura del Nuevo Capitalismo”:

Richard Sennett enfrenta el tema del capitalismo neoclásico actual y lo describe de forma clara y franca, enfrentando el nulo poder de decisión que tienen los ciudadanos o sus clientes para elegir sobre sus gustos, ofreciéndolos en un mismo sitio y todo al alcance de la mano, relacionándolo así con la "diversa" oferta que tienen ciertos conglomerados radiales para definir sus parrillas programáticas y misiones, con la libertad del oyente diario que escucha el mismo listado de canciones sin variaciones.

...“El tema del consumo, nos lleva al corazón de la nueva economía y en particular a las grandes superficies del gigante Walt-Mart. En 2004, esta empresa global de venta al detalle a bajo coste, empleaba 1.4 millones de trabajadores en todo el mundo: Sus ingresos de MUS\$ 258.000 (Representan el 2% del PIB de EE.UU y son ocho veces más alto que los de Microsoft). Esta nueva compañía ha innovado en sus proveedores, inspirándose en la fabricación China de desarrollo rápido, y en sus usos de tecnología avanzada. El McKinsey Institute menciona a Walt-Mart como el ejemplo culminante de una empresa puntera, pues su productividad deriva de la "permanente innovación gerencial" que ha concentrado el poder en el centro del gigante, ha privado de poder a los sindicatos y ha tratado con su masa de trabajadores como si fueran empleados provisionales, temporales.

Para los consumidores, el atractivo de este megalito, estriba que todo lo que se desee comprar barato (Ropa, artículos para el coche, comida, perfumes, ordenadores, lo que sea) está en el mismo sitio. La centralización de pedidos parece reflejada en la posición de un consumidor que se pasea por los pasillos de un local de Walt-mart donde todo está instantáneamente a mano, la ropa a sólo unos pasos de los ordenadores. Aunque

sus empleados, según mi experiencia, son en general útiles, en Walt-mart los vendedores, considerados en bloque, han sido eliminados del proceso de consumo: No hay allí mediación cara a cara ni persuasión. En este aspecto, la empresa se asemeja a otras burocracias de vanguardia, que han eliminado de su equipo las capas medias, de función interpretativa. La decisión a precio reducido se ha de comprar gira en torno a la imaginación y a la mercadotecnia mundiales".

"El sociólogo Guy Debord piensa que este es el efecto de la acción del consumidor, sobre las cosas; que, lo mismo que viajar, cambiar de deseo se convierte por si mismo en una especie de espectáculo. No importa que las cosas que uno compra sigan siendo las mismas, con tal de poder tener la sensación de cambio personal." (Sennett R. 2006)

La comparativa de Sennett con Debord afianza la teoría que el ser humano necesita espectáculo para su desarrollo. Su sensación se sacia solo al consumir productos que aunque sean iguales y no los necesite, ejerzan un poder sobre su autoestima e impulso personal, pero siempre sometido a un control.

2.2.2 MEDIOS EN DICTADURA

A partir de la intervención golpista, muchas de las radios que apoyaban al Presidente Allende o se mantenían al margen de la situación contingente, fueron silenciadas o sus antenas bombardeadas, con amenazas por medio de cadena nacional una vez realizada la sublevación militar contra el Gobierno democráticamente establecido. Esta transmisión se realizó posteriormente realizado el golpe militar. El relato radial, especificaba varios puntos y razones por el cual se hizo derrocar al Gobierno:

A partir de este momento damos paso a una red provincial y nacional de radiodifusión de las fuerzas armadas. Se invita a todas las radioemisoras libres a conectarse a esta cadena.

Santiago, 11 de septiembre de 1973. Teniendo presente:

- 1.º- La gravísima crisis económica, social y moral que está destruyendo el país;*
- 2.º- La incapacidad del Gobierno para adoptar las medidas que permitan detener el proceso y desarrollo del caos;*
- 3.º- El constante incremento de los grupos armados paramilitares, organizados y entrenados por los partidos políticos de la Unidad Popular que llevarán al pueblo de Chile a una inevitable guerra civil, las Fuerzas Armadas y Carabineros de Chile declaran:*

1.º- Que el señor Presidente de la República debe proceder a la inmediata entrega de su alto cargo a las Fuerzas Armadas y Carabineros de Chile.

2.º- Que las Fuerzas Armadas y el Cuerpo de Carabineros de Chile están unidos, para iniciar la histórica y responsable misión de luchar por la

liberación de la Patria del yugo marxista, y la restauración del orden y de la institucionalidad.

3.º- Los trabajadores de Chile pueden tener la seguridad de que las conquistas económicas y sociales que han alcanzado hasta la fecha no sufrirán modificaciones en lo fundamental.

4.º- La prensa, radiodifusoras y canales de televisión adictos a la Unidad Popular deben suspender sus actividades informativas a partir de este instante. De lo contrario recibirán castigo aéreo y terrestre.

5.º- El pueblo de Santiago debe permanecer en sus casas a fin de evitar víctimas inocentes.

Firmado: Augusto Pinochet Ugarte, General de ejército, Comandante en jefe del Ejército; José Toribio Merino Castro, Almirante, Comandante en jefe de la Armada; Gustavo Leigh Gúzman, General del Aire, Comandante en jefe de la Fuerza Aérea de Chile; y César Mendoza Durán, General, Director General de Carabineros de Chile.

(Chile, 11 de septiembre de 1973, Radio Minería, "Cadena Democrática", Carta leída por el Teniente Coronel Gustavo Guillard)

A partir de este momento dramático en la historia de Chile, se ejerció un férreo control sobre los medios de comunicación masivos. Radios y canales de televisión, tendrían cadenas nacionales continuas, informando de la situación civil, según la visión de la Junta Militar, siendo ésta la única información disponible. La situación de los medios abarca desde los ámbitos más recónditos de las emisiones hechas en Chile para los

ciudadanos, emitiendo a ciertas horas y a modo de cadena nacional mensajes chovinistas y de terror por parte de la junta militar, que en ese momento ejercía el poder.

Más adelante, se proclamaría una ley que imposibilitaría la libertad de expresión radial a partir de abrir el control desde el mercado llamada "Ley Pinochet de Comunicaciones" (Ley 18168), ley promulgada el 2 de Octubre de 1982. Esta abre las posibilidades de concesión de instalaciones físicas (Antenas y Bases de transmisión) y el espectro radioeléctrico a utilizar. Por medio de postulación a concurso, se pueden adjudicar tantas concesiones como desee en el proyecto.

Las empresas que postulen, pueden adjuntar en sus bases de concurso a sus respectivas filiales, que si se adjudican esta concesión, no podrán optar a nuevas postulaciones en 5 años más a proyectos por vía de sorteo público.

La ley especifica que al solicitar una renovación de la concesión de espectro radioeléctrico o antenas físicas, tendrán trato preferente las empresas y sus filiales que hayan prestado servicios de óptima calidad, siempre que iguale o mejore la propuesta técnica antes presentada.

En conclusión las concesiones que el Estado ofrece para el empresariado serán siempre a favor de las mismas empresas ya que, estas poseen una instalación de bases y antenas con una inversión millonaria a largo plazo, los servicios que se ofrezcan no tendrán cambios de calidad, ya que las tecnologías usadas y licenciadas serán siempre de vanguardia y de última generación, todo esto con el fin de no perder la concesión otorgada; esto ya genera un contrato virtual a perpetuidad ya que en la Ley no hay clausula que restrinja la re-postulación de una persona jurídica que ya participó y adquirió experiencia en el medio radial.

Pese a los avances que la democracia ha puesto en marcha para zafar el bloqueo comunicacional cambiando algunos artículos de esta ley, los conglomerados y las empresas transnacionales son demasiado grandes para abandonar un negocio que el Estado mismo les puso en bandeja de plata para lucrar a destajo y sin ni un criterio, omitiendo al músico nacional de esta gran oferta.

La Ley Pinochet de Comunicaciones, se sustenta en base de instituciones privadas y públicas como por ejemplo la asociación de radio difusores de Chile (ARCHI), y la subsecretaría de telecomunicaciones (SUBTEL) por parte del Estado. La ARCHI siempre ha seguido la línea conservadora, siendo fiel al régimen de Pinochet como un movimiento radial gremialista, mientras que la SUBTEL se encarga de preservar los estatutos definidos en la Ley General de Telecomunicaciones y defenderlos al pie de la letra.

La SUBTEL, bajo nuestra convicción, nació de una respuesta singular desesperada, impuesta por una dictadura necesitada de fiscalizar, desarmar a por ellos considerados contrarios al régimen en el ámbito de los medios comunicacionales radiales, televisivos o cualquier medio de conducción de información (Satelital, Radio Onda Corta, etc) y promover las inversiones de extranjeros en las radios comerciales bajo ciertas condiciones.

2.2.3 SUBTEL

Hoy en día la SUBTEL entrega concesiones a los empresarios que deseen participar por medio de concurso a un espacio del espectro radio eléctrico, pero no es raro mirar la historia y analizar cómo han sido los procesos de entrega de estas concesiones.

En Abril de 1997 debutó en Chile el Consorcio Radial de Chile, que con capitales colombianos de la privada Caracol, inició sus transmisiones con la emisora radial Caracol y Radio Activa, luego se agregaría Radio Finísima y para agosto de 1998 se sumarian Radio Amistad, Radio Classica y la concesión de Radio Corazón.

Al otro lado de la vereda la venezolana *Iberoamerican Holding* del grupo Cisneros ya tenía el control del canal de televisión Chilevisión antes de su ola compradora radial. Esta empresa compró Aurora FM que luego sería nombrada Imagina, la radio universitaria Andrés Bello (una de las más antiguas en la frecuencia modulada), Radio Pudahuel y Fm Hit. También optó por comprar cadenas que pertenecían a pequeñas familias y que disponían de pocas concesiones. En 1999 el grupo Cisneros compró las emisoras Futuro y Concierto a Julián García Reyes, que conservó solamente Radio Oasis.

En 2007 el grupo español PRISA compró y adquirió derechos por sobre estas dos empresas de capitales extranjeros, fusionándolas en el consorcio de radios de Chile, que pasaron a controlar 11 cadenas radiales y por ende convirtiéndose en la más importante empresa de radio difusión en Chile. Según palabras de M.O. Monckeberg *“Estas radio emisoras y sus respectivas estaciones repetidoras a nivel nacional figuran en los registros oficiales de las concesiones otorgadas por el Estado chileno a través de la Subsecretaria de Telecomunicaciones (SUBTEL), como propiedad de Iberoamerican*

Radio Chile S.A. o alguna de sus numerosas filiales o sociedades relacionadas.”
(Monckeberg M.O. 2013).

PRISA dio fuertes señales e intenciones de querer comprar ambos conglomerados sin pasar por una sanción de monopolio. En 2007 las acciones se iban a concretar llevando sus alegatos hacia la Fiscalía Nacional de la Libre Competencia y los Tribunales de Justicia. Los opositores inmediatos fueron las empresas que tenían menos radios a su haber: Personeros de Radio Cooperativa cercano a la Democracia Cristiana, el empresario de Derecha Ricardo Bezanilla (Ex presidente de ARCHI) y su colega César Molfino. (Monckeberg M.O. (2013)).

Según los índices de un estudio de la Fiscalía Nacional Económica, la compra de Iberoamericana Radio Chile, por parte de PRISA, elevarían la concentración del mercado radial a su favor, poniendo en riesgo la libre competencia.

2.2.4 LIBERTAD DE EXPRESION Y CONSTITUCIÓN

Según la constitución de 1980 establece en el Artículo 19 número 12 que:

"La libertad de emitir sin censura previa, en cualquier forma y por cualquier medio, sin perjuicio de responder de los delitos y abusos que se cometan en el ejercicio de estas libertades en conformidad a la ley"

Este Artículo se veía mermado por una singular ordenanza que la misma constitución expresaba para estados de emergencia y catástrofe, que coincidentemente la junta militar había declarado a partir de 1973.

"En el caso particular de la libertad de información y de opinión, estas pueden ser suspendidas y restringidas bajo estado de asamblea y estado de sitio; y solo restringidas bajo estado de emergencias y catástrofe" (Constitución política de la República de Chile)

El 7 de noviembre de 1984 se publica la ley N°18313 que circunscribe restricciones e impone delitos nuevos contra la libertad de expresión y de prensa.

"Difundir informaciones, entrevistas, comentarios, declaraciones, inserciones (...) que se refieran a hechos que directa o indirectamente pudieren provocar alarma en la población, alterar la tranquilidad ciudadana, el normal desarrollo de las actividades nacionales o versen sobre actos definidos como terrorista en las ley N°18314 (...) o ha hechos de carácter, relevancias o alcance político" (Constitución política la república de Chile Ley N°18313)

Muchos de los artistas que tenían un discurso contrario al régimen se fueron al exilio, fueron asesinados o dejaron de hacer música por temor o presiones que el mismo Estado imponía para evitar una línea diferente en los medios de comunicación.

2.2.5 FENÓMENO A ESCALA NACIONAL

Desde los inicios de la radio en Chile, ésta se ha caracterizado por su desarrollo para obtener como real objetivo ganancias enormes. Amparándose en leyes gubernamentales desde la década del cuarenta, la radio ha perdido el norte original haciendo uso exclusivamente difusor de música e información amparada por el Estado, en el sentido que la "censura" hacia cosas que no le convengan al Estado no serán difundidas.

Durante el gobierno de 1970, el Presidente Salvador Allende Gossens tomó medidas para que ciertas organizaciones privadas pasaran a manos del Estado de Chile, en una idea de reorganizar instituciones para reenfoclarlas en beneficio del pueblo. La radio, que ya se encontraba polarizada, tuvo una actitud poco ética al desviar la información hacia el lado que le convenía a los grupos políticos, formando cierto criterio que favoreciera a la burguesía liberal o a grupos de izquierda que apoyaban al Presidente Allende.

Esto transformó la radio-difusión en un sistema de reparto ideologizado, con tendencias políticas y una fuerte dicotomía entre ambos bandos. El derecho a la libre expresión se vió sobrepasada porque las líneas editoriales de cada radio, según correspondiese la tendencia política que apoyase, no tendría cabida a opiniones distintas, contrarias a la línea editorial resuelta.

2.2.6 “Los Magnates de la Prensa”

María Olivia Mönckerberg en una investigación de un año y solo basándose en artículos y archivos de la prensa, construyó una investigación, que desenmascara la concentración de los medios de comunicación en Chile. Por medio de este trabajo desglosa el funcionamiento de medios diversos tales como televisión, radios, periódicos y relata en un lenguaje claro, la compra y venta de estos entre los empresarios que tienen presencia en ciertas áreas comunicacionales, y que de mano en mano hacen circular el negocio radial en Chile.

“Cambios en el fin de siglo: En los noventa llegaron empresas extranjeras con filiales en otros países latinoamericanos a la conquista de radio escuchas chilenos. Al mismo tiempo, los grandes grupos locales dueños de diarios decidieron ampliar su marco de acción, y se fortalecieron algunas cadenas que asfixian las numerosas iniciativas regionales que caracterizaban hasta hace poco el variopinto panorama radial chileno. En 1999, estos grandes consorcios representaban un 31 por ciento de las emisoras del país, con un total de 308 radios.” (Mönckeberg, 2013)

Esto argumenta nuestro postulado anterior con respecto a que la concentración de radios se ha globalizado con un desarrollo inalcanzable para la industria local, como ya está dicho en la cita anterior, teniendo un desarrollo que hasta el día de hoy los *hoddings* tienen en su poder.

A continuación Monckeberg desarrolla como fue la llegada del grupo PRISA a Chile:

“El control de prisa: Encabeza el ranking de la concentración del “mercado radial” en Chile el grupo español PRISA, que adquirió en 2007 las radios del conglomerado Claxson –conocido también como Iberoamerican-, del venezolano Cisneros, y las fusionó con las que ya tenía del consorcio de radios Chile CRC.

PRISA es dueño del 73.4 por ciento de Unión Radio (Comunicado de Compañía Sudamericana de Vapores CSAV del 28 de mayo del 2009. Disponible en internet en http://www.CSAV.cl/Index_SP.htm), la filial en Chile del grupo Latino de Radio (GLR), el holding empresarial con mayor número de concesiones radiales en Chile. (Mönckeberg 2013)

El grupo Latino de Radio opera más de 1250 emisoras en España, EE.UU, México, Colombia, Costa rica, Panamá, Argentina y Chile, según la información oficial de PRISA. A demás de el diario El País, punto de partida del consorcio en los años setenta, tiene bajo su alero en España las radio emisoras 40 principales y radio SER; La empresa productora de contenidos para televisión SogeCable y los canales Cuatro y Digital+; Las editoriales Santilla y Alfaguara, entre muchas otras empresas.” (Mönckeberg, 2013)

2.3 ARTISTICO CULTURAL.

2.3.1 "La Radio":

Para los años cuarenta, el fenómeno de espectáculo, descrito anteriormente por Debord, fue uno de los argumentos de los gobiernos totalitaristas contemporáneos para apropiarse de la radio, como medio de propaganda y difusión de la información por su fácil masificación. Según el chileno, Domingo Santa Cruz, la radio por su característica de amplio espectro y fácil masificación, se convirtió en un producto vendible donde lo que prima es el afán por la ganancia y el control social; además de considerarlo como un descubrimiento maravilloso, donde las ondas pueden llegar a ser tan universales como tanta gente puede llegar a recibirlas.

"La radio es, sin lugar a duda, el descubrimiento mas milagroso que se ha hecho desde que la imprenta fue conocida en el mundo occidental. Participa de la comunicatividad de la imprenta, con la ventaja que el libro maravilloso de la radio lo puede abrir cualquier individuo, aun el analfabeto; basta con accionar los controles para que, en nuestra casa, en la casa de cualquiera, se oigan todas las voces del espacio, aun las que vienen del extranjero. Es todo el mundo que se agolpa ante nosotros, que obedece a la varilla de virtud de este aparato diabólico en que la tierra, hecha pequeña se resume de pronto. La radio, como medio de comunicación, aventaja al teléfono, aventaja al telégrafo y los supera en que ya no hay distancias y en que podemos hablar, es cierto, no podemos contradecir, sólo podemos escuchar y cuando algo nos fastidia, dejar de oír. Es una voz docente que se entra por todas partes, que se oye por las calles y que solo podemos cambiar por otra voz, por otro maestro, porque la radio es como una cátedra que ignora hasta dónde el efecto de su palabra puede alcanzar. Por eso es que la radio tiene un poder único en nuestra actual civilización y bien lo saben todas

las revoluciones, todo los dictadores cuando, lo primero, toman posesión de las estaciones de radio y crean en el acto una atmósfera determinada en el pueblo." (Santa Cruz D. (1940))

Para esos años la gestión comunicacional ya era control de organismos del Estado que, según Santa Cruz, eran oficinas disfrazadas de agentes protectores y fomentadores de anti-cultura en el país. La radio antes de 1940 estaba bajo la supervisión de la extinta Dirección General de Informaciones y Cultura (DIC), que según Santa Cruz, fue el "archivador" de varios (personas) de la administración pública. Esta entidad que estaba constituida por un consejo, destinado a supervigilar la radio, no tenía el poder ni la potestad de hacer algo por delimitar la cultura a largo plazo.

Michel Foucault expresa en el libro "*Microfísica del Poder*" que ninguna fuerza legal es la verdad absoluta de justicia. Muchos mecanismos para ejercer el poder sobre la sociedad deben ser ejecutados por medio de fuerzas no judiciales. Uno de ellos, que podemos observar con el curso de los años, incluso desde su fundación, es la radio. Ésta no confunde conceptos de libertad ya que solo es un emisor y su receptor no tiene derecho a opinar u a oponerse de lo que oye, sólo a cambiar de dial y seguir escuchando lo que le parezca correcto. Si las emisiones vienen de un solo cuerpo, sea estructurado como desmembrado (Empresa, Estado, etcétera) el poder se encuentra concentrado de todas formas por no poder el individuo escoger el discurso apropiado.

“Ahora bien, mi hipótesis es que el tribunal no es algo así como la expresión natural de la justicia popular, sino que más bien tiene por función histórica recuperarla, dominarla, yugularla, inscribiéndola en el interior de instituciones características del aparato del Estado”. (Foucault. M, (1979).

"El derecho no es ni la verdad, ni la justificación del poder. Es un instrumento a la vez parcial y complejo. La forma de la ley y los efectos de prohibición que ella conlleva deben ser situados entre otros muchos mecanismos no jurídicos. Así el sistema penal no debe ser analizado pura y simplemente como un aparato de prohibición y de represión de una clase sobre otra, ni tampoco como una justificación que encubre las violencias sin ley de la clase dominante; permite una gestión política y económica a través de la diferencia entre legalidad e ilegalismo. De igual modo, para la sexualidad: la prohibición no es sin duda la forma principal con la que el poder la reviste" (Foucault. M, (1979).

Después de la disolución de la DIC, el control de las emisiones pasó a manos de la SNG (Secretaría Nacional de Gobierno), que a partir de ese momento apoyaría lo que, según Santa Cruz se refiere como una "vulgaridad" y la más perjudicada sería la música en sí misma. El proceso de evolución radial actual, no ha sufrido muchos cambios a partir de este artículo; Santa Cruz describe como excesos los espacios de propaganda comercial, que llegan a ser de media hora repartidas en una hora de transmisión, además de una atmósfera radial programática sin sentido, programas con temas de conversación superficiales y absurdos y música que a palabras de Santa Cruz es de "mala calidad".

Hasta este momento de nuestra descripción, los conceptos que hemos presentado son muy diversos. Tan diversos como la última que hemos propuesto, una visión muy conservadora casi discriminadora de un objeto subjetivo indescriptible como es la música, evaluada en una categoría superflua y ambigua saliendo en defensa de la música docta.

La otra mirada tiene que ver en un sentido de revolución conceptual radial de re-enfocar la cosmovisión, volviendo a sus orígenes que hicieron la radio posible. La brecha para que un músico emergente ingrese, serían mucho menos altas si el concepto de la radio fuera el original, como se pensó antiguamente. Una radio que perteneciera a la comunidad, donde el conjunto de personas pueda desarrollar afinidad con la radio en un entorno de plena libertad de expresión, musical e ideológico, diverso, y por sobretodo, al servicio de los Chilenos.

2.3.2 ESTANCAMIENTO CULTURAL

Según nuestra visión, el sistema capitalista ha corrompido la real razón de ser del arte (Como la mayoría de las cosas y pensamientos filosóficos en la vida actual) ya que no responde a llenar la necesidad de enriquecimiento espiritual y emocional que la persona busca para sí. Al contrario, el arte como negocio ha pasado a ser un medio de propaganda y satisfacción momentánea de placeres, banales y sin sentido, con el único objetivo de generar más ganancia monetaria sin una visión a largo plazo de generación cultural y de identidad.

Esto es parte de una etapa de estancamiento cultural que es cíclico de generación en generación, comprobable con la decadencia de los tiempos del imperio egipcio y el imperio romano.

Por otro lado, el giro abrupto de la radio difusión ha sido alimentada por un instrumento subjetivo, netamente llevado hacia la imagen, como un objeto de fácil alcance para el oyente. La información que se transmite a través de la radio, ya no fomenta la imaginación del oyente, si no que está impuesta por un afiche, *eslogan* o avisos publicitarios que impulsan a seguir la idea impuesta y mentalmente aceptarla para luego interiorizarla por medio de la compra de cierto producto, en este caso, un espectáculo en vivo, una adquisición de un medio físico como un Cd, mercadeo, etcétera.

"Y cuando se quieren superar estas limitaciones, se impone otro síntoma del estancamiento: la tendencia a tomar "lo de afuera", lo que se hace fuera de los límites, para convertirlo en ropaje de actualidad, en disfraz. Es uno de los sellos de la mentalidad provinciana: abrazar las modas externas, adoptar lo que es propio de ambientes, de culturas, de sociedades que se suponen en progresión, en ascenso. El provinciano es fiel seguidor de modas que no le pertenecen, se disfraza con ellas.

Asume talentos ajenos a los de su realidad inmediata. El afirmarse en la moda o el discurso externo a su espacio cultural lo ayuda a creerse actualizado, le ahorra el esfuerzo de conectarse con su propio mundo." (Castro Maríaferro J. (2011).

2.3.3 GESTIÓN DE LA ABSORCIÓN RADIAL

Las tendencias internacionales ya han abarcado por sí misma, una idea de transformación radial importante, sumándose cada radio, de manera paulatina, a consorcios internacionales que van acaparando la información de manera igualitaria, globalizada, y sobre todo asumida como verdad. Para el ámbito musical, este es el hábitat ideal para imponer de manera sigilosa las ideas y concepciones globalizadas, con tal de aumentar las ventas a porcentajes irreales, en desmedro de una oferta objetiva, real y culturizante. El ambiente que logra este sistema, son de círculos cerrados, casi íntegramente hechos de *Lobbys* o conglomerados, que deciden la oferta a entregar por parte de las cadenas radiales.

En Chile, el desarrollo de este sistema se gestó y posicionó a partir de la segunda mitad de los '70, donde a las grandes empresas de comunicaciones, se les dio cabida para comprar empresas y luego reinventarlas al antojo de ellos, sin criterio a largo plazo, culturalmente hablando. Esto se refleja en la investigación que generó la docente María Olivia Monckeberg en su libro: *Los Magnates de la Prensa*, que nos referiremos más adelante. La libertad de expresión, está amenazada ya que ninguno de estos bloques importantes son cien por ciento chilenos, la privatización ha tomado prioridad más allá de los límites éticos y sobre todo, la música y los músicos chilenos pasan a segundo plano por las preferencias del público hacia la oferta internacional, asumidas como realidad.

Ernesto Holmann de *Ernesto Holmann EtnoJazz Trío* asegura en el documental *Tercer Mundo: Made in Santiago* de Pablo Hermanns, que la sociedad chilena ha optado por dejar en segundo plano al músico chileno, reafirmando la postura de la enorme oferta internacional que no siempre ofrecerá un estándar mínimo de calidad, sino lo más fácil de conseguir al mercado.

"... En la música chilena se produce un efecto que... de verdad no solamente en los medios chilenos, si no que el público chileno se olvida del músico chileno, por razones largamente explicadas... el chileno ha optado por un camino de imitación, una imitación a la música que viene de afuera, no hemos abandonado a nuestra gente por ende nuestra gente nos responde no escuchándonos y no prefiriéndonos, entonces los programadores de radios, los escritores, los periodistas son público chileno también, entonces ese interés que no hay en la prensa, también es parte del público como parte de los medios..."

Para nosotros, esto es un síntoma del sistema capitalista neoclásico. Pese a que abarca todas las aéreas de nuestra vida, no nos podemos hacer cargo ni cambiar este sistema por su configuración inicial: "El sistema es único y no hay quien lo reemplace". O quizás y en forma personal, optamos por lo fácil. No nos queremos "sacar la venda de los ojos" para observar este fenómeno en plenitud. Esto lo abordaremos en la siguiente sección.

"Una de las características del estancamiento es que quienes lo viven no lo perciben. Porque es un obstáculo para una mirada más universal. Se niega que exista porque a nadie le gusta sentirse estancado, pero se manifiesta en todos los medios y todas las actividades. Basta ver televisión, leer prensa, asistir a cualquier pequeña reunión social, observar alrededor." (Castro Maríaferro, 2011)

CAPÍTULO III: DISEÑO DE INVESTIGACIÓN

3.1.- Tipo de investigación y diseño de investigación:

Investigación cualitativa y cuantitativa de carácter exploratorio descriptivo que apunta a mostrar un área poco explorada dentro de la sociedad para el desarrollo de la música nacional.

Los estudios de tipo descriptivo miden de manera más bien independientes los conceptos o variables a los que se refieren. Aunque, desde luego, pueden integrar las mediciones de cada una de dichas variables para decir cómo es y cómo se manifiesta el fenómeno de interés. (Hernández, Fernández y Baptista, 1998, p. 61)

Trabajamos directamente en la indagación de procesos relevantes para un músico emergente, donde la falta de oportunidad merma las posibilidades de entrada a la radio-difusión masiva de un artista, que si bien tiene un fonograma no se abre el espacio para la difusión de este siendo chileno.

La descripción de los factores serán expuestas por los entrevistados escogidos, entre ellos expertos en las ramas que hemos abordado y que apoyan nuestro postulado a dificultades que afronta un músico para acceder a la radio difusión. Describimos estas características detallándolas según el mercado radial o conglomerado que tenga la capacidad de aceptar a un artista para su explotación y comercialización.

3.2.- Procedimientos metodológicos para la aplicación de los instrumentos investigativos:

Método de recolección de datos por medio de entrevistas en profundidad de carácter no estructurada, que combinan libertad de opinión por parte del entrevistado para mayor comprensión de la situación, dejando que el se exprese con total naturalidad, para evitar caer en conceptos polarizados y así obtener la muestra lo más limpia posible.

Las preguntas hechas al entrevistado parten desde la base donde él se desarrolló en el ámbito radial, legal, musical, etc. A partir de ahí las preguntas son aleatorias desarrollando una atmósfera de ideas para luego ordenarlas de forma coherente.

3.3.- Procedimientos metodológicos para el procesamiento de datos de los instrumentos:

Realizamos comparaciones con los testimonios y experiencias relatadas en las entrevistas. Además de analizarlas desde el punto de vista de nuestro marco teórico, ver semejanzas y exponerlas en esta tesis.

Los conceptos que más se repiten desde los entrevistados son la nula difusión de grupos ya consolidados de forma *underground* por que las planillas radiales no permiten cambios en su programación por órdenes internas, decididas por personas con mayor jerarquía.

Otro concepto que coincide entre los entrevistados es que la Sociedad Chilena del Derecho de Autor (SCD) entrega beneficios al músico en el ámbito social, haciendo un comentario positivo por encima de los rumores que desde la ignorancia de músicos que no tienen conocimiento profundo de ella, difaman a la Sociedad.

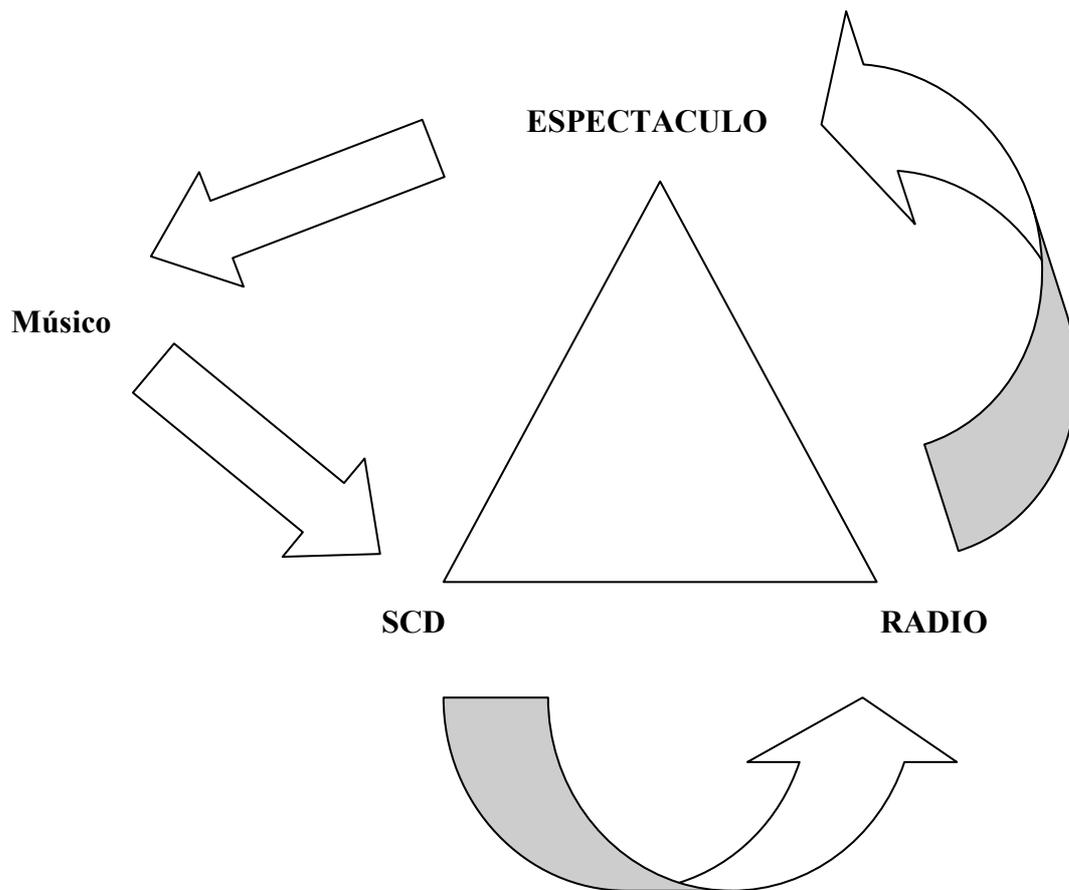
CAPÍTULO IV: ANÁLISIS Y RESULTADOS

4.1.- Análisis y resultados de las variables o categorías:

Muchas de las entrevistas tienen puntos de vistas concordantes entre sí y en muchos ámbitos más allá de la legalidad y estructuralismo de la radio. Los entrevistados afirman que un músico emergente, aunque tenga su trabajo profesional realizado no puede ingresar al medio radial, no porque no lo merezca sino porque el mercado es demasiado exigente y selectivo en pro de una mercantilización en serie, que es el real negocio de la radio.

Nuestro análisis se basa en un esquema cualitativo organizado por categorías, que luego subdividiremos en tópicos, pretendiendo profundizar más sobre cada uno de los enunciados que se logran comparar en las entrevistas realizadas. A partir de esta división categórica, llegaremos a resultados que en sí, buscan resolver un enigma triangulado para buscar los factores que no permiten al músico obtener la radiodifusión planteada con esta tesis.

La triangulación antes mencionada, involucra a dos instituciones que el músico emergente debe superar para llegar a la radio. En este caso son la SCD y la radio en sí misma. La cumbre de este esquema, será nuestro resultado final que desarrollaremos más adelante.



CATEGORÍA I: SCD

- *Administradora de dinero.*
- *Entrega beneficios a los músicos.*
- *Institución sin fines de lucro.*
- *Recolectora de Derechos.*
- *Resguarda derechos de autor.*

CATEGORÍA II: RADIO

- *La radio pasa solo por lo económico.*
- *Las radios pasan mucha publicidad.*
- *La parrilla ya está establecida.*
- *Nunca hubo nada nuevo.*
- *Música nacional se escucha poco.*

4.2 RESULTADOS DE ANÁLISIS

CATEGORIA I: SCD

Para analizar esta categoría, se han tomado tópicos que los entrevistados han tenido en común en sus relatos grabados (que podrán encontrar en los anexos formato DVD). Entre estos tópicos se encuentran algunas diferencias que salen en defensa de una institución, que gracias a opiniones sin conocimientos de personas que recién se integran al entorno musical, no ha tenido una buena acogida por parte de los músicos emergentes, dándole un toque de desconfianza entre ellos siendo que la SCD nació como una corporación sin fines de lucro y el objetivo de ayudar a concretar los proyectos musicales de sus afiliados.

La SCD como sociedad sin fines de lucro, tiene un respaldo legal dedicado exclusivamente a gestiones de administración colectiva, generar beneficios sociales muy parecidos a los que entrega una Caja de Compensación a algún empleado a contrato, dedicada al músico exclusivamente, hacer la búsqueda y repartición de derechos correspondientes en dinero, a los músicos difundidos por los medios tradicionales como radio, televisión, internet, etcétera. Y hacer valer los derechos de interpretación, ejecución, autor y otros que correspondan al trabajo intelectual de un artista, en caso de que sean violentados, siendo defendidos por marcos legales entregados por la SCD.

A continuación haremos un desglose por tópicos de ciertos conceptos que coincidieron con algunos de los entrevistados y sus respectivas citas, que en ciertos casos repetiremos para darle sentido a los tópicos que hemos interpretado de forma neutral y objetiva:

Tópico: *Administradora de dinero.*

Los músicos entrevistados coinciden en que la Sociedad Chilena Derechos de Autor les retiene de los derechos que generan, un porcentaje destinado a la inversión para beneficios directos del afiliado.

Esto lo explica Carlos Zamora en la entrevista realizada.

“La SCD es una administradora de plata. Ya? Para pertenecer a la SCD hay que ser sujeto de derechos autorales. Qué significa eso? Que yo tengo que haber creado algo, ese algo estar inscrito a mi nombre y cuando ese algo se toca la SCD, estoy hablando de música verdad? Cuando ese algo se toca en una radio, en un concierto que se yo, o alguien lo graba, se deben pagar derechos... de autor ya?” (Entrevista Carlos Zamora P., Músico docto, miembro activo SCD, Anexo: DVD, minuto:00:27)

“... Pero además la SCD, lo que recauda por concepto de administración le alcanza para generar una serie de beneficios para los socios, beneficios de todo tipo” (Entrevista Carlos Zamora P., Músico docto, miembro activo SCD, Anexo: DVD, minuto:05:31)

“... tu creí que estos locos, van a ir a buscar al artista? Aquí es donde entra la SCD. Las entidades de Gestión Colectiva son por lo general, por que funcionan distinto en todas las partes del mundo, cachai? Pero por el convenio de Berna, que yo les contaba, a los que están sujetos estos distintos países, como que los países se obligan a tener una suerte de “SCD”, en Chile se llama SCD, en otras partes se llama de otra forma, pero los países se obligan a tener una forma de gestionar los derechos, una gestión colectiva de derechos, entonces ¿Qué es esto en el fondo? Es una forma de simplificar estos lazos, lazos del titular con el del que los está explotando... de todas la partes, entre los titulares y quienes explotan la obra, esto es lo que hace la SCD, entonces la SCD, tu

cuando vai a la SCD no te inscribes, lo que haces en la SCD es declarar los temas.”

(Entrevista Pablo Acuña W. Abogado, Músico popular. Miembro activo SCD. Anexo: DVD, Minuto: 1:43:00)

“La SCD tiene eso, tu vai con tus temas y tú no tienes, o digamos se parte de ese supuesto, por eso existe, que no tú no tienes los recursos ni el tiempo ni los medios de cómo hacer ni de gestionar todas esas conexiones con los entes de la cadena de producción de valores en la música por ti solo. Entonces qué haces tú? Tu vas donde la SCD y la SCD se entiende con todos estos...” (Entrevista Pablo Acuña W. Abogado, Músico popular. Miembro activo SCD. Anexo: DVD, Minuto: 1:45:15)

Tópico: *Entrega beneficios a los músicos.*

Varios de los proyectos que ha emprendido SCD han sido beneficios directos hacia el músico, que por medio de sus ventas y el porcentaje que se les retiene, acceden a beneficios como cobertura en salud, administración de fondos previsionales, préstamos para viajes a conciertos en el extranjero, etc. Además de beneficios familiares como entregas de subsidios funerarios en caso de muerte del músico, bono por matrimonio, créditos para compra de instrumentos, entre otras ventajas.

La sociedad, y según sus fundamentos, no tiene fines de lucro porque es una institución dependiente del Estado en cierta forma, ya que se le ha destinado un proyecto de Ley exclusivo para normar este tipo de instituciones administrativas.

“...No para hacerse...Rico, si no para pagar el aparataje que significa cobrar derechos. Ehh...porque esta no es una...sociedad con fines de lucro finalmente, si no que es una sociedad que donde todo los autores se juntaron en su minuto y dijeron: Saben qué? Busquemos gente profesional que se dedique a cobrar nuestros propios derechos y nosotros le pagamos sueldo.” (Entrevista Carlos Zamora P., Músico docto, miembro activo SCD, Anexo: DVD, minuto:01:57)

“La SCD fue inicialmente creada para ser una red de apoyo al artista, la SCD entrega beneficios sociales, podi’ tener una pensión, previsión de salud, si eri’ músico y estai’ afiliado teni’ descuentos en colegios, teni’ todo, como si eri realmente y estai’ dedicado a artista y estai’ en la SCD teni’ previsión social en la SCD, funciona como una caja de compensación.” (Entrevista Pablo Acuña W. Abogado, Músico popular. Miembro activo SCD. Anexo: DVD, Minuto: 1:52:42)

Tópico: *Institución sin fines de lucro.*

Los entrevistados señalan en sus comentarios que la institución de Gestión Colectiva Chilena, en este caso SCD, no tiene atribuciones para lucrar con el dinero de sus afiliados, pese a que su constitución es de derecho privado, la Ley no le concede formas ni derechos para ser un uso privado de estos dineros.

“Siempre yo lo comparo con una AFP, ósea yo contrato una AFP que junta plata de mi plata, la junta durante mi vida laboral y después me la devuelve... (Risas) ese es otro tema. Se supone que ellos se cobran una parte también por administrar mi plata y se supone por hacerla cundir. La SCD es lo mismo, hay veces que la AFP tienes fines de lucro, la SCD no.” (Entrevista Carlos Zamora P., Músico docto, miembro activo SCD, Anexo: DVD, minuto:03:45)

“Porque esta no es una sociedad con fines de lucro finalmente, si no que es una sociedad que donde todo los autores se juntaron en su minuto y dijeron: saben que? Busquemos gente profesional que se dedique a cobrar nuestros propios derechos y nosotros le pagamos sueldo.” (Entrevista Carlos Zamora P., Músico docto, miembro activo SCD, Anexo: DVD, minuto:02:05)

Tópico: *Recolectora de derechos.*

La Sociedad Chilena de Derechos de Autor se encarga por Ley de recolectar los derechos que generen sus afiliados. Por medio de un gran equipo se encargan de cobrar las reproducciones en radio, *broadcasting*, *streaming* vía internet y grabaciones que se generen por parte de sus afiliados, sean producciones originales o *covers*.

“Uno le entrega esta pega a esa sociedad por hacer el trabajo, cobra un... de lo que recauda cobra un porcentaje, bastante menor, no para... para hacerse rico, si no para pagar el aparataje que significa cobrar derechos.” (Entrevista Carlos Zamora P., Músico docto, miembro activo SCD, Anexo: DVD, minuto:01:43)

“...es una sociedad que donde todo los autores se juntaron en su minuto y dijeron: saben que? Busquemos gente profesional que se dedique a cobrar nuestros propios derechos y nosotros le pagamos sueldo.” (Entrevista Carlos Zamora P., Músico docto, miembro activo SCD, Anexo: DVD, minuto:02:05)

“... la SCD es Gestión Colectiva. Gestiona los derechos de todos los artistas y los autores, interpretes, compositores, que se afilian a la SCD. La SCD no es una... obligatoria. Yo si quiero no estoy en la SCD cachai?” (Entrevista Pablo Acuña W. Abogado, Músico popular. Miembro activo SCD. Anexo: DVD, Minuto: 1:46:24).

Tópico: *Resguarda Derechos de Autor*

La Ley vigente establece derechos y deberes con y para los músicos, los ampara en caso de problemas de derecho intelectual y defiende el patrimonio aun que los plazos sean muy largos, en este caso la vida del compositor/autor mas setenta años a partir de la muerte del mismo.

"El derecho de autor de partida tiene un plazo, no sé si sabían eso. En Chile el plazo de protección de una obra dura setenta años, perdón, dura la vida del autor mas setenta años. Entonces si el autor se muere los derechos pasan por sesión hereditaria, pasan a sus hijos." (Entrevista Pablo Acuña W. Abogado, músico, miembro activo SCD. Anexo: DVD. Minuto 07:08)

Además confiere y especifica la legislación en el sentido de los derechos intelectuales y conexos que tengan el compositor y/o sus intérpretes para quienes la Ley aparta un porcentaje que le corresponde según sea el derecho que se le paga.

CATEGORIA II: La Radio.

En relación a la conversión de la radio a un sistema económico-publicitario, los entrevistados tienen sensaciones encontradas y nosotros respaldaremos algunas de esas ideas con nuestro marco teórico.

La publicidad excesiva ha hecho que los programas se acorten en tiempo y contenido. Las parrillas musicales ya están establecidas de ante mano en una lista de aproximadamente doscientas canciones y los trabajadores de radio sólo se dedican al orden diario aleatorio, tratando de que el artista no se repita durante el día, a menos que se trate de algún evento especial.

Esto hace que estas listas predefinidas no tengan variaciones con el paso del tiempo ya que si sufren cambios sus directores revisan los antecedentes inmediatamente después de lo que pasó (según Francisco Fuenzalida en su entrevista)

Dentro de esta gran lista, la música nacional no se encuentra totalmente presente, por el contrario, se le da prioridad a la oferta que los sellos, bajo el alero de los directores radiales, ordenan reproducir y difundir.

Por último, y según los entrevistados, aunque tengan ya camino recorrido dentro del circuito musical nacional, nunca suenan en la radio ni reciben oferta de entrevistas por ser considerados aun “emergentes” o por tener algún estilo musical que no coincide con el ideal a vender por parte de los sellos.

Tópico: *La radio solo pasa por lo económico.*

Según los entrevistados, las radios en Chile ya no tienen el mismo concepto original con el que fueron fundadas originalmente. La programación que emiten se basa en “Galletas” o “Payolas” que están pagadas por personeros que buscan potenciar artistas o las ventas de éste; pueden ser sellos o “padrinos” que auspicien grupos o solistas.

“La Payola es el pago que hacen los sellos discográficos para instalar a su artista en la radio.” (Entrevista Jaime Vásquez, Músico Popular, ex integrante grupo FULANO. Anexo: DVD. Minuto: 01:13)

“Entonces es todo un sistema finalmente que queda en mano no de lo artístico, ese es el tema. No está en mano del buen arte, que debiese ser difundido, pasa por un cedazo económico.” (Entrevista Jaime Vásquez, Músico Popular, ex integrante grupo FULANO. Anexo: DVD. Minuto: 04:54)

“Mira, llévalo por una simple deducción, esta cuestión es solamente dinero, dinero, dinero, dinero. En el caso de Futuro, que vai’ a poner tú? Una banda conocida emblemática del rock? O alguien que no lo conoce nadie?” (Entrevista Francisco Fuenzalida, Ex radio-programador radio Futuro. Anexo: DVD. Minuto: 19:38)

“ Es cuestión de dinero, porque es lo que te explicaba hace un rato, tu podi’ escuchar un tema en equis radio y lo vai’ a escuchar al día siguiente, pero a otra hora y otra hora porque ese tema es el que vende, los temas que más se repiten son los que venden, es decir de Black Sabbath vas a escuchar “Paranoid”, de Iron Maiden vas a escuchar no sé, “The Number of The Beast”, siempre van a estar esos temas...” (Entrevista Francisco Fuenzalida, Ex radio-programador radio Futuro. Anexo: DVD. Minuto: 20:50)

Tópico: *Las radios pasan mucha publicidad.*

Financiadas por la publicidad, la radio ya no tiene un concepto cultural ni nacional al establecer parrillas (o impuestas) que ya se sabe su éxito al corto plazo.

Esto no produce cambios ni avances en la variedad que se presenta al contrario genera un estancamiento de listas de reproducción por temas que ya están probados dentro del repertorio de la radio y que generan ganancias seguras.

“...o sea de partida, las radios necesitan, son espacios no cierto, por ejemplo el espacio que tiene, que se llame “La hora de la música de hoy”, por decirte algo no?. Ese espacio tiene que tener subvención, tiene que tener publicidad. Los que pagan a su vez, que son parte del sistema comercial, son empresas, ellos van a subvencionar ese espacio en la medida que pasen artistas que pueden tener audición cachai? Porque si van a escuchar; lo van a escuchar quinientas mil personas, son quinientos mil potenciales compradores de su producto.” (Entrevista Jaime Vásquez, Músico Popular, ex integrante grupo FULANO. Anexo: DVD. Minuto: 03:37)

Tópico: *La parrilla ya está establecida.*

Los entrevistados acusan una intervención programada con respecto a las listas de canciones que se van a reproducir y difundir. No sufre cambios por más repetida que se encuentre en la semana o en el mes, recibiendo reclamos de los locutores hacia los radio-programadores, que en este caso no tienen responsabilidad porque solo se encargan de re-organizar las listas que le entrega su superior.

“...Tonces, te dan una cierta cantidad de música, tu no deci’ o no te dice el radio-controlador, al como se llama, al que programa...Oye, sabi’ que quiero este tema y así y aza, no, el programador, a él incluso le dan una lista de música más pauteada”

(Entrevista Francisco Fuenzalida, Ex radio-programador radio Futuro. Anexo: DVD.

Minuto: 03:16)

“La radio tiene cierto lo que se llama la parrilla esa, la parrilla de música, por lo tanto ahí ellos los que confeccionan que son los programadores finalmente tienen la decisión de qué es lo que nosotros estamos escuchando, a partir del poder que pueda tener esta discográfica.” (Entrevista Jaime Vásquez, Músico Popular, ex integrante grupo

FULANO. Anexo: DVD. Minuto: 01:20)

Tópico: *Nunca hubo nada nuevo.*

Los entrevistados coinciden plenamente en que las canciones a escuchar tiene ciclos que solo varían de horario en el transcurso de los días, pero no varían el *Playlist* de canciones pre definidos entregados por la pauta más allá del control de la radio.

“... de por ejemplo ellos también decían: mira pero si yo te paso en la radio o sea no lo escucha nadie. Me entendí? O sea es una doble mirada bien compleja, claro porque nadie te escucha porque nunca te pasan, o sea es la devuelta de manos me entendí tú?”

(Entrevista Jaime Vásquez, Músico Popular, ex integrante grupo FULANO. Anexo: DVD. Minuto: 02:39)

“Nunca!, era muy raro que hubiera algo nuevo, es decir si vamos con el mismo ejemplo experimental de las doscientas canciones ehh ehh no se en la mañana sonó el tema Pink Floyd, el día martes... el día lunes por ejemplo, el día martes lo vamos hacer sonar en la tarde, el día miércoles en la tarde-noche y el jueves al medio-día, ir variando el horario, pero siempre son los mismo temas, de hecho cualquier persona que se ponga a escuchar equis radio, la que tu queraí, te vas a dar cuenta que siempre son los mismos temas o enfócate en un puro tema, y anda buscándolo durante el día.” (Entrevista Francisco Fuenzalida, Ex radio-programador radio Futuro. Anexo: DVD. Minuto: 05:05)

Tópico: *Música nacional se escucha muy poco.*

Los entrevistados comparten ideas de que la música nacional se explota rara vez, en ocasiones concisas, muchas veces como programas pilotos o experimentales para ver la reacción del público, y finalmente regresar a la programación habitual.

Aunque la creación chilena tuvo un boom desde los años ochentas con la música fusión y *new wave*, éstas no se explotan ni se escuchan por radios que dicen fomentar la música nacional ni otras con estilos marcados. El interés es casi nulo por la música nacional.

“... pero en cuanto a música nacional se escuchaba muy poco, al menos en ese tiempo.”

“...no me acuerdo que hubo de fuerte ese año, que hicieron el “Show del doctor Rock and Roll” que es así como inició, como un programa chico, que era relacionado a la música chilena ya?. A diferencia de ahora que lo dan todo los días, no sé si lo dan todo los domingos, lo dan y ahora se hizo como programa estable.”

“...claro, una especie de piloto se podría decir. Tonces para probar cómo reaccionaba el público a la música chilena, más que nada el rock y el metal chileno, repitiendo un poco lo que es, lo que trabaja Futuro.” (Entrevista Francisco Fuenzalida, Ex radio-programador radio Futuro. Anexo: DVD. Minuto:01:10 en adelante)

“De lo nacional, ya tenía autores consolidados y que son los mismos que además lo escuchai, lo escuchai por ejemplo. La radio uno, mira la radio uno tiene un caso, la radio uno yo le tengo una, traje a la radio uno, la radio uno pasa a ciertos autores

nacionales..." (Entrevista Jaime Vásquez, Músico Popular, ex integrante grupo FULANO. Anexo: DVD. Minuto: 11:24)

... "Mira por decirte, yo pertenezco, yo pertenecí hasta hace poco un grupo que se llama Fulano y creo que Fulano es parte de la música nacional...no nos pasaron nunca o sea nunca, no nos escuchamos nunca, nunca me escuche por qué?" (Entrevista Jaime Vásquez, Músico Popular, ex integrante grupo FULANO. Anexo: DVD. Minuto: 11:51)

CONCLUSIONES:

Con el paso de los años el sistema económico ha avasallado la oferta radial del país, transformándola en un medio de propaganda para sus propios fines. La mercantilización de la radio ha puesto en jaque la distribución de cultura y ha estancado, como parte de su funcionamiento, el ciclo natural de recambio de artistas en el país, convirtiéndolo en un oligopolio comercial sin ninguna conciencia por continuar los cánones radiales de la década de los 60's. Al contrario, la radio ya no tiene más que hacer al respecto, Sólo le queda sobrevivir bajo las faldas de los grandes consorcios transnacionales.

Las conclusiones las ordenaremos en base a una triangulación, que conforma un sólo sistema de recorrido que el músico emergente debe sortear para obtener difusión en Chile.

El triangulo contiene 3 factores y en el exterior se encuentra el músico a emerger. Los restantes vértices son conformados por la SCD y la radio dejando en el vértice superior el espectáculo (concebido como la real dificultad para ser difundido dentro de un sistema capitalista como éste).

A partir de la teoría del espectáculo de Guy Debord, señala la necesidad permanente de las personas de una falsa imagen necesaria para dar sentido al paradigma de vida que tienen, forjando un concepto de falsa sociedad que se asume como verdad. En el caso del músico asume un rol preponderante y dependiente del espectáculo, que en su caso el paradigma no tiene fin, ya que se re inventa para entrar en el espectáculo y mantenerse en él.

Según Baudrillard y Sennett, este es uno de los pilares del sistema capitalista, que tiene la característica de absorber productos que antes no se pensaba poner a la venta,

creando una necesidad irreal de objetos innecesarios, como tendencias, modas, estilos, etc. O incluso reformar el arte y transformarlo en un bien de consumo.

En consecuencia a estos conceptos anteriores, la radio se transformó en un medio publicitario, según Domingo Santa Cruz, y perdió el horizonte por el cual fue creado, que es informar la realidad, distribuir cultura y entretener a los ciudadanos, de manera libre y transparente, dándole prioridad a los anuncios que financia este sistema. Hoy en día la radio se ha transformado en el alero del espectáculo, siendo la mampara del artista que la empresa privada fomenta.

A partir de esto, la compra y venta de estos medios de comunicación masivos corrompió el funcionamiento estable del origen radial, a uno perverso, de la misma forma que lo expresa María Olivia Mönckeberg en su libro “*Los Magnates de la Prensa*”, con el afán de imponer ofertas extranjeras asumiéndolas como genuina, música que debería tener la sociedad para proseguir su vida con normalidad según el establecimiento del capitalismo.

El músico además debe pasar por una transformación a empresario independiente que le de la capacidad de “emprender” un proyecto, con o sin sello musical, para gestionar por medio propios una empresa, así como lo plantea Santiago Schuster en su estudio y posterior libro “*Sintonía Joven: Música, comunicación y jóvenes*”

Este proceso empresarial nuevo, no asegura la radiodifusión a corto plazo. Aunque los esfuerzos se concentren en abrir cada vez más posibilidades de entrada al mundo radiofónico, ninguno de los factores que presentamos asegura un puesto dentro de la lista de programación, ya que debe pasar por los filtros estéticos que exige el mercado. Por lo tanto, para un músico rupturista, o un grupo de salsa que versione obras de

diferentes autores, las posibilidades son mínimas sin un buen asesoramiento de gente que se encuentre inserto dentro de la organización radial, conozca los intereses del mercado y sea quien gestione el acceso directo, por sello o por casa editorial.

Con el peso de todo lo anterior, los músicos chilenos emergentes esperan la oportunidad de un nuevo mundo radial, más respetuoso de sus raíces y apoyador de los músicos nacionales, que se atreva a las propuestas contingentes y que haga prevalecer la calidad por sobre lo que impone el modelo capitalista actual.

BIBLIOGRAFÍA.

- Aldunate M, Ayala J, Calvi J, Duque J.C, García M, Márquez P, Moena C, Osorio R, PAGLIAI P, Penna M, Rojas H, Santini R.M, Schuster S, Torres R, Ubiergo F. (2009) *"Sintonía Joven, Música Comunicación y Jóvenes"* Santiago de Chile: Centro de estudios universitarios, Universidad UNIACC.
- Alonso L.E. (1974). *Estudio introductorio: La dictadura del signo o la sociología del consumo del primer Baudrillard*. España: Siglo XIX
- Baudrillard J. (1974). *La Sociedad de Consumo: Sus mitos, sus estructuras*. España: Siglo XIX
- Castro Maríaferro J. (2011) *"Estancamiento"* Tenreiro O. (2011) *"Estancamiento" No Darse Cuenta*. Disponible en oscartenreiro.com/2011/09/17/estancamiento/
- Debord G. (1967). *La sociedad del espectáculo*. Revista: Observaciones filosóficas. España.
- Foucault M. *"Microfísica del Poder"* (1979). España. Ediciones de la Piqueta.
- González. J. P (2014). *Nueva Ley de Cuotas, como definir hoy la música*. El Mercurio. Cuerpo E. Pg 2-3.
- Baptista M.P. Fernández C. Hernández R. (1998) *Metodología de la Investigación*. México: McGraw-Hill.
- Mönckeberg M.O. (2013) *Los Magnates de la prensa: Concentración de los medios de comunicación en Chile*. Santiago de Chile: Debolsillo

- Sennett R. (2006). *La Cultura del Nuevo Capitalismo*. España: Anagrama S.A
- Santa Cruz D. (1940). *La radio*. Santiago de Chile: Universidad de Chile.
- Rodrik D. (2012) *La paradoja de la Globalización: Democracia y el futuro de la economía Mundial*. España: Antoni Bosch, S.A.

ANEXOS (Formatos completos Digitales)

Entrevista: Carlos Zamora Pérez, Músico Docto, miembro activo SCD.

Gonzalo: Carlitos. Queremos preguntarte que es lo que tú sabes, y lo que has vivido dentro del funcionamiento de la SCD, de la sociedad de derecho de autor. Como ha sido el tratamiento, o sea.. de la SCD hacia el músico

Carlos: Chanfle! A ver, la SCD es una (...) una.. Administradora de plata. Ya? Para pertenecer a la SCD hay que ser sujeto de derechos autorales. Qué significa eso? Que yo tengo que haber creado algo, ese algo estar inscrito a mi nombre y cuando ese algo se toca; La SCD toy hablando de música verdad?. Cuando ese algo se toca en una radio, en un concierto que se yo, o alguien lo graba, se debe pagar derechos.. de autor, ya? Y.. eh.. si uno no es socio de una administradora de derecho de autor, en Chile se llama Sociedad Chilena de Derecho de Autor, ta.. el SGAE de España, la sociedad de autores de *no se qué*, en el mundo hay muchas

Gonzalo: mhmm.

Carlos: Ehh.. Uno tiene que buscar los medios de cobrar esos derechos. Ahora como eso es tan engorroso, no va a ir cualquier cantante, no se, por decir alguien el Manuel García radio por radio cobrando lo que le corresponde, tonces ehh. Uno le entrega esta pega a esa sociedad. Y esta sociedad por hacer el trabajo, cobra un... de lo que recauda cobra un porcentaje, bastante menor, no para.. Para hacerse... rico sino para pagar el aparataje que significa cobrar derechos. Ehh.. Porque esta no es una.. Sociedad con fines de lucro finalmente, sino que es una sociedad que donde todos los autores se juntaron en su minuto y dijeron: Saben qué? Busquemos gente profesional que se dedique a cobrar nuestros propios derechos y nosotros le pagamos sueldo. Básicamente ese es el énfasis. Eeem... (...) Los... Autores en

Chile reciben cada tres meses una planilla eehh.. Informativa donde está el detalle completo donde se ha tocado su música...

Gonzalo: Sus movimientos

Carlos: (...) Si se ha grabado, que se yo. Y... ahora con la *cosa cibernética* te depositan en tu cuenta bancaria cada tres meses. Ehhh... La SCD, para la SCD, es negocio, negocio entre comillas, osea, es este... Se justifica un... tener como socio a autores que generen harto derecho (...) Porque... Si no, no se paga, una persona que genera diez mil pesos, no es, es mucho más cara la administración de esos diez mil pesos que los mismos diez mil pesos. *Tonce*... Para ser socio de la Sociedad de Autor en Chile hay que ser un *fulano* que produce más o menos harto derecho, para que la administración permita hacerse pago y además que te toque plata a ti. Si tú generas muy poco derecho el porcentaje con el que se queda la SCD es muy bajo y no alcanza a cubrir sus costos de operación. *Tonce* por eso la SCD tiene un montón de requisitos para aceptarte a ti como socio. Siempre yo lo comparo con una AFP, o sea yo contrata una AFP que junta plata, de mi plata, la junta durante mi vida laboral y después me la devuelve.. (Risas) Ese es otro tema! (...) Se supone que ellos se cobran una parte también por administrar mi plata y se supone por hacerla cundir. La SCD es lo mismo, hay veces que la AFP tiene fines de lucro, la SCD no. Los compositores del mundo de la música clásica, hemos tenido un trato preferencial en la SCD, que para ellos es una cosa (...) no escrita en ningún reglamento, que inventó *Lucho Advis*, cuando fue presidente, por muchos años fue presidente de la SCD, de hecho el es el presidente fundador si no me equivoco. Antes de la SCD existía otra repartición mas chiquitita que estaba a cargo de la Universidad de Chile que se llamaba el *Pequeño Derecho de Autor*, y de pronto los medios crecen, la radio, la televisión y se crea la Sociedad Chilena del Derecho de Autor, cuyo presidente fue *Lucho Advis* hasta..

Prácticamente su muerte. Y... Cuando Lucho era presidente... Los compositores doctos que lograban ingresar a la Asociación Nacional de Compositores, tenían entrada directa a la SCD, sin ninguno de los requisitos que se establecen para cualquier otro músico del mundo de la música popular. Eso era fantástico para los compositores doctos porque somos gente que.. Que genera muy poco derecho, pero ehh.. Somos beneficiarios de los.. Primero de la administración de esos pocos derechos (ININTELIGIBLE) Planillas que... (ININTELIGIBLE) pero además la SCD, lo que recauda por concepto de administración, le alcanza para generar una serie de beneficios para los socios, beneficios de todo tipo... Ehh... si tú te casas te dan un bono, no mucha plata, pero te dan un bono. Si te mueres a la viuda le dan un bono, ehhh.. o al viudo, que se yo.. ehh... hay convenios de salud, en navidad, uno va y le dan una cajita de navidad con sus huevos de pascua (Risitas), ehh... hay préstamos, para... por ejemplo, uno puede ir y pedir préstamos a cuenta de los derechos que uno genera, para grabar un disco ponte tu...

Gonzalo: ¿Cobran mucho interés en eso?...

Carlos: Nooo, son créditos muy blandos

Gonzalo: Ah, ya

Carlos: Ahora, claro, un personaje en el mundo de la música clásica tiene bastantes pocas posibilidades de... acceder a ese préstamo, porque se paga con los derechos que uno genera...

Gonzalo: Muy condicionado

Carlos (07':10''): te imaginas la cantidad de derechos que generamos los músicos clásicos son una... Pero... hay una serie de iniciativas que el departamento de bienestar

de la SCD se dedica a... a generar en beneficio de los socios... Hay algunos... Algunos... Prestaciones de salud para socios que están muy (ININTELIGIBLE) problemas financieros (...). Los músicos en general, en su labor profesional no son ordenados, *tonce* no pagan para su jubilación, no pagan sistema de salud, y la SCD también tiene un programa de beneficios de... De... jubilación por gracia, ese tipo de cuestiones, no sé si se llamará así,

Entrevista: Pablo Ignacio Acuña Wagner, Abogado y músico. Miembro Activo SCD.

Pablo: Yo creo que lo más sano que podemos hacer como trabajo, es partir de... hablar el mismo idioma, entonces definamos ciertos conceptos, que significan, si saben cómo se estructura un sello, si saben lo que es una editorial musical, si saben lo que es una entidad de gestión colectiva de derechos de autor, si saben lo que son los derechos de autor, los derechos conexos, son como muchos conceptos que tenemos que aclarar y son súper fáciles de entender, pero nos ayudan a “cachar” la película.

Vamos de... Partamos de los entes que están involucrados en el proceso... no no, vamos a partir explicando el derecho de autor, que después podemos explicar los diferentes entes de la industria y como de todo el mundo discográfico y producción en post de esto.

¿Qué son los derechos de autor? Los derechos de autor... tu cuando creas una obra, una obra intelectual, eso que quiere decir, que es una creación del intelecto, que para lo que cual... porque en el derecho las definiciones son súper sencillas, tu puedes ser creador de una mesa, pero una mesa no es una obra intelectual, es una obra material, en cambio una obra intelectual puede ser un libro, una canción, un... bueno esto puede ser como confuso pero un *eslogan*, pero eso acá en Chile les voy explicar que se divide de alguna manera, pero el derecho de autor recae, tu puedes tener una especie de derecho de propiedad, tú tienes derecho de propiedad sobre ciertas cosas, este chaleco es tuyo, porque lo pagaste, te lo compraste ¿"vale"?, sobre este derecho de propiedad que es sobre cosas que no se tocan y que son creaciones del intelecto, también tienen un derecho de propiedad, que es tuya... Ahora bien, que sucede...por qué se otorga este derecho, Por qué tienes un derecho sobre algo que tu

creaste para explotarlo, hay... montón como de teoría y fundamento de por qué el estado te da este derecho, te lo reconoce en el conjunto de leyes que tienes tú, dentro de todo los derechos que tienes tu como ser, como individuo, tienes derecho a tener este derecho y te lo reconocen, entonces por qué, uno de los grandes fundamentos...a ver esto como raíz histórica, partió en la(...) una “cuestión” que se llamaba *el estatuto de la reina victoria*, el estatuto de la reina victoria fue el primer, eh, la primera norma en el mundo que reconoció los derechos de creación intelectual y era una mugre, porque en el fondo la gente creaba algo y ese estatuto decía que ese derecho de propiedad intelectual pasaba a la corona, eran de la corona, esto es como un antecedente histórico, eso fue hace siglos. Se celebró en 1890, por ahí, una “cuestión” que se llama el convenio de Berna en Suiza, el convenio de Berna agrupó a montones de países, de los que tienen digamos, los “gringos” están fuera, los “gringos” tienen otros derechos y otros países del mundo igual, entonces ahí se agruparon varios países en los cuales están como influyentes Francia, ¿cachai? Y que nosotros como país Chile copiamos casi todo el derecho de Francia, no se si “cachaban” eso, así como dato curioso, nuestro código civil, que es como lo que estructura nuestro derecho, eeh... Esta copiado así del código francés básicamente, entonces que sucede, con este convenio que se celebró a nivel mundial, todo los países tiene un derecho de autor más o meno.

entonces ya, me fui un poco por las ramas pero básicamente que es lo que hace el derecho de autor, protege tu derecho de tener un monopolio sobre la explotación y el reconocimiento de la obra a tu nombre y el estado te reconoce eso, entonces si es que alguien usa esa obra, en cualquier parte, tú tienes el derecho de decir ¡espera! Yo lo cree y para usarlo me tienes que pagar, porque es mío. Por qué el estado diría, eeh... bien este hombre creo algo, por qué vamos a tener que darle el derecho a él de que otras personas, para usar lo que el creo le paguen, cual es el fundamento de todo esto, es el incentivo a la creación, el estado entrega esto para incentivar la creación, en el fondo si tú te demoraraí'(...) 20 años, salvo que fuerai' una persona altruista con fines filantrópicos humanitario está claro, eso tiene una solución digamos, pero tú te pasaste 10 años escribiendo una novela(...) lo cual podrías haber estado 10 años trabajando ¿cachai? En otra cosa que te generara lucas, y la sacai' y de repente un "gallo" llega y dice "no esta novela es mía" y le pone "esto no lo escribió Pablo A. si no que lo escribió Perico los Palotes" ¡PA! Y la edita y la vende, yo no voy a tener ningún incentivo para volver a escribir una novela, o quizás nunca la hubiese escrito si el estado no me hubiese asegurado... ya después de que tú la escribas, tú vas a tener el derecho a explotar esta novela, en el fondo tiene ese fundamento, que es un incentivo por parte del estado... Ahora eso es lo que se discute hoy en día, hasta qué punto es incentivo, hasta qué punto *Lobby*, hasta qué punto... que se yo, eso podemos tocarlo más adelante. Entonces el derecho de autor responde a eso... a una política de incentivo del estado y... que en el fondo se materializa en el derecho que tiene uno a poder explotar monopólicamente sin interferencia de nadie más una creación que es tuya. Ahora (6:04 min)

Entrevista Jaime Vasquez. Músico Popular, Ex integrante grupo Fulano.

Chino: eehhh,, la verdad que históricamente el tema pasa por los programadores, históricamente, de hecho, hay un término que no se si ustedes lo conocen que se llama, la payola, la payola es el pago que hacen los sellos discográficos para instalar a su artista en la radio.

la radio tienen cierto lo que se llama la parrilla esa, la parrilla de música, por lo tanto, ahí ellos los que confeccionan que son los programadores finalmente tienen la decisión de que es lo que nosotros estamos escuchando, a partir del poder que pueda tener esta discográfica. Así paso por ejemplo en los años 80', nosotros grabamos con un sello discográfico bastante piñufla, bastante pobre que era el sello alerce. y alerce por un tema además conceptual dirigida por Ricardo García ehhh no ,.. trabajaba en esos términos, te fijai ... por lo tanto, más aun los años 80 ellos además tenían una línea bastante contestataria tonces, lógicamente menos aun se escuchaba los artistas del, sello alerce en las radios.

ehhh,, y ahí obviamente nosotros estábamos trabajando en esa época, te empezai a dar cuenta que existe ese poder radial y en manos ni siquiera del jefe de radio, sino del tipo que programa por que se acercaban los tipos, pagaban una plata y así podían ehh ehh tener cierto acceso determinado a artistas que además son los que entre comillas podían ser el gusto popular. porque hay una definición de ellos además, de por ejemplo ellos también decían: Mira pero si yo te paso la radio o sea no lo escucha nadie. me entendi? O sea es una doble mirada bien compleja porque claro nadie te escuchan porque nunca te pasan. O sea es la devuelta de mano me entendi tu? y... también ahora ponte tú la gente que surge con con actividades más independientes, menos aun.. salvo algunas

radios en las que el artista se dirige en forma personal y por que tiene algún contacto te fijai? que puedes tu tener acceso.. Mira aquí esta mi disco,, y que se yo.

pero en general yo creo que la programación ta en manos, por tanto el gusto general queda en manos del "programador"

Gonzalo: Es decir, habría una imposición por parte de los sellos?, parte de los programadores, la gente que esta detrás...

Chino: Claro! o sea Claro! o sea mira es una, o sea si le preguntas, preguntai en el otro lao, te van a responder seguramente, que ellos van a trabajar, o sea de partida las radios necesitan, son espacios no cierto por ejemplo el espacio que tiene que se llame "la hora de la música de hoy", por decirte algo no? ese espacio tiene que tener subvención, tiene que tener publicidad. los que pagan a su vez, que son parte también del sistema comercial, son empresas, ellos van a subvencionar ese espacio en la medida que pasen artistas que puedan tener audición. cachai? porque si van a escuchar, lo van a escuchar quinientas mil personas, son quinientos mil potenciales compradores de su producto. entonces es una, es un manejo ahí bien, que tiene que ver con lo comercial. que tiene que ver con acceso a.. a productos por un lado, que estas empresas están instalando en ese programa porque son los auspiciadores, te fijai? y, el programador que a su vez cierto? ehh establece esos nexos, cachai? tonces la disquera le va a decir claro no mira yo te tengo en este minuto, por decirte un grupo de de de de no se... de cumbia que tiene pega, y claro el programador dice mira yo estos son los grupos que te puedo programar. Ah ok, tonces es todo un sistema finalmente que queda en manos no de lo artístico, ese es el tema. No está en manos del buen arte, que debiese ser difundido, pasa por un cedazo económico.

Gonzalo: Exclusivamente?

Chino: Si, mira yo te diría que, en general por que por ejemplo hay radios que tienen una especialización dentro de un estilo de música que como son las radios que hacen música clásica, la noventa y seis punto cinco te fijai que ahí se manejan en otros términos te fijai? hay otras, el tema de la...

(Interrupción Externa)

Chino: Hay otras radios que, funcionan con por ejemplo las radios universitarias, las radios universitarias tienen otra mirada.. la 94,5 por ejemplo la de la universidad de Santiago, pero hay una generalidad que si, las radios viven cierto de la publicidad que puedan instalar ahí. te fijai? esa es la "solución" que tienen, pa las "lucas" que pueda tener la radio, tonces la radio es un medio comercial, tonce.. difícil porque como es un medio comercial se tiene que sostener de ahí, cachai? tonces, su mirada deambula entre las dos cosas, por un lado.

pero que tiene que a su vez sobrevivir. por ejemplo a la radio U. de Chile le pasa, depende de la Chile, habían programas por ejemplo, un amigo tenía un programa en la noche que se llamaba "perdidos.. en el espacio" se llamaba, como esa antigua serial de televisión, te fijai? y perdidos en el espacio, se dedicaba como al rock alternativo o a la música fusión, tenía uno o dos que le pagaban, te fijai? porque a su vez. Que tenía que hacer este gallo? él se pagaba el programa. Finalmente.. y eso le permitía al el, establecer un vínculo con los artistas que a él le interesaba te fijai?

Gonzalo: A Partir de esta imposición, que estamos conversando. por una cuestión de necesidad y de.. tratar de zafarse del gallito económico con los, con la objetividad de debería tener la radio, a usted le parece positivo o negativo.

Entrevista: Francisco Fuenzalida. Ex Radio-Programador radio Futuro, Iberoamericana Radio Chile

Fco: Mira, en cuanto a eso, ehh el lugar donde trabajaba era un piso número cuatro, tonce no tenía mucho acceso a lo que había abajo, es decir en recepción, a menos que bajara de vez en cuando tenía que ir a buscar cd's y , o bueno ya no se ocupan mucho los discos, rara vez nos mandaban a buscar un disco, pero no se veía mucha gente llegando para que, decir, oye sabes que quiero que toquen lo mío, oye por favor.. no se veía mucho, pero en cuanto a música nacional se escuchaba muy poco, al menos en ese tiempo, porque ahora radio futuro tiene un espacio que es relacionado a la música chilena, llevándolo por las ramas que ellos trabajan, es decir el rock y el metal,

Gonzalo. Pero ese espacio no se dio en 2012? Sino que después?

FCO: Después se dio,

Gonzalo: Ya

Si mal no recuerdo, en ese tiempo no estaba, o lo hacían , pero como, como se llama, es una especie de temporada, o lo hacen no sé, viene el show Lollapaloozaa.

claro

y te dan un especial de, te hacen un programa especial, que dura no se unas dos semanas, unas tres semanas para hablar sobre Lollapalooza y no sé, y te dura una semana después,

Ya

de ese tipo de programas, no me acuerdo que hubo de fuerte ese año, que hicieron el show del doctor rock and roll,

mmm

que es así como inició, como un programa chico, que era relacionado a la música chilena, ya? a diferencia de ahora que lo dan todos los días, no sé si lo dan todos los domingos, lo dan y ahora se hizo como programa estable

mm

Gonzalo: En ese momento era como una posibilidad, como un prototipo de programa?

FCO: Claro, una especie de piloto se podría decir

Gonzalo: Claro

FCO: Tonces, pa probar cómo reaccionaba el público a la música chilena, más que nada el rock y el metal chileno, repitiendo un poco lo que es, lo que trabaja Futuro,

Gonzalo: Claro

Gonzalo: Ehhh.. la línea editorial nunca se vio intervenida en este tiempo que tu estuviste, por ejemplo que viniese un tercero y te dijera no! tú tienes que tocar esto

FCO: No, porque mira, yo estaba encargado de, con el radio controlador.. ehh de mezclar la música, es decir armar la parrilla programática, de toda la noche, o la parte del día de los programas que eran grabados, por que él se encargaba de montar en vivo, por ejemplo el programa de las tres a las seis va en vivo. El se encarga de eso, porque claro, una cuestión de experiencia, yo no tenía la suficiente experiencia como para estar a full con una maquina que además era digital, yo he trabajado solamente con análoga, tonce, te dan una cierta cantidad de música, tu no deci o no te dice el radio controlador

al como se llama, al que programa oye, sabi que quiero este tema y así y aza.. no. el programador, a él incluso le dan una lista de música mas pauteada,

Gonzalo: Quien le da esa lista??

FCO: Viene de más arriba, de allá de,, no me acuerdo el cargo de la persona pero a él el que como se llama, vendría siendo como el director que está encargado de las dos radios,

Gonzalo: ah ya

FCO: en el caso de futuro, y rock and pop porque rock and pop y futuro tenían un solo director,

Gonzalo: claro

ANITA: Y el repartía para las dos radio

FCO: Y el repartía para las dos radios, entonces, y si no me equivoco, a el también le llegaba la orden de mucho más arriba, el punto es que... mira, así como mas en síntesis, la música por ejemplo que la otra vez taba comentándolo, te dan.. échale unas doscientas canciones, esas doscientas canciones no te podi mover. Incluso el orden, esta la pantalla, y te ponen, no se dame un ejemplo de tres temas.. pink floyd, ehh black sabbath y no sé.. maiden, si esta en ese orden, va en ese orden, no podi por que, no sé, al radio controlador, o a mi cachai que estaba en la música digo sabi que? creo que b. S. suena mejor con pink floyd, sabi que.. NO , ese es el orden

Gonzalo: Ya

Que son unas huinchas, se les llama así, hechas de música, con las de comerciales y con las de, son marcas, las voces en off como para separar las canciones, esas son las que tu

podí mover y podí elegir, en cuanto a la música no, la música es la que estaba y.. te podí quejar todo lo que querai, pero no hay cambios.

Anita: Por ejemplo, en esa como parrilla que nos estas contando, eh, era muy parecida? nunca había algo nuevo?

FCO; Nunca! era muy raro que hubiera algo nuevo, es decir si vamos con el mismo ejemplo experimental de las doscientas canciones ehhs no se en la mañana sonó el tema Pink Floyd, el día martes, el día lunes por ejemplo, el día martes lo vamos a hacer sonar en la tarde, el día miércoles en la tarde-noche, y el jueves al mediodía, ir variando el horario, pero siempre son los mismos temas, de hecho cualquier persona que se ponga a escuchar X radio, la que tu querai, te vas a dar cuenta que siempre son los mismos temas o enfócate en un puro tema, y anda buscándolo durante el día.

Gonzalo: O sea, eh es cíclico

FCO: Claro, exacto.. es cíclico

Anita: y aparece una vez al día..

FCO: Una vez al día, no podí repetir eh el tema, o sea eso es raro que una banda se repita varias veces al día, ehhs es muy extraño, lo que sí, lo que la gente puede confundir es el caso, no se po, el ejemplo clásico de Black Sabbath con Ozzy,

Gonzalo: Claro

FCO: Ehmm, el ex integrante en ese tiempo de Black Sabbath, tonces se puede, como se llama, poner dos temas que sean cantados por Ozzy pero son de diferentes agrupaciones, pero repetir la misma banda, no. Es muy, muy raro pillarte con eso. Por eso están las canciones listas para que no se repitan, hay un programa que ocupan, que,

te da un orden.. tu poni la música y, y el mismo programa te da el orden, para que no se repitan,

Gonzalo:Perfecto

FCO: Cachai? onda, tú mismo lo vai programando, y te dicen... Ya, no sé el tema de Pink Floyd sale en la mañana, ya pal día martes solo te lo va a lanzar para otro horario

Gonzalo: Claro

FCO: y tu vai acomodando según, como como .. no se vea mal, o sea no se escuche mal ni tampoco que pegado tenga un tema na que ver.. no va a poner no sé, Pink Floyd con Green Day, no..

Gonzalo: Ya

FCO: Suena mal

Gonzalo: Y de esas listas tú, cuantos sellos viste ahí en esa lista?, habían muchos sellos involucrados? Internacionales, nacionales?

FCO: Te mentiría si te dijera, sabi que.. esta este y este otro, por que como todo era digital, y lo que comentaba hace poco, rara vez iba a buscar un disco, tenía que ser algo muy...

Muy Especial

Muy especial, porque estaba de aniversario no se, tal artista, tal disco ah! no tengo el tema en la parrilla, ya.. hay que ir a buscar el disco al subterráneo, como se llama y, ocuparlo, que rara vez se ocupaban discos.

Siempre se autorizaba por parte de la persona arriba que se pusiera eso? Dentro del especial?

FCO: Claro, de hecho a lo mas, entre comillas rasca, ehh se ocupaba Youtube,

ANITA: Ahh ya ok.

FCO: Conectado del mismo computador, que son dos, mas lo que es la mesa, todo, tenían varias salidas de audio, una que son de micrófono, de estudio, de la televisión

incluso que tienen adentro, y la del computador que es la que está al lado que es la que ocupa el productor, entonces se conectaba, o sea o le dabai el, el audio y hacías sonar temas de Youtube, lo buscabas en la mejor calidad posible,

Gonzalo: Claro

FCO: Porque, no.. el tiempo no favorecía, imagínate, tai en un cuarto piso, teni que ir al subterráneo y en pedir el permiso para poder que te pasen el disco

(INTERRUPCION)

Ehhh.. entonces eso, es raro, o sea.., vuelvo, no te diría que sellos, vi o que sellos no vi, te mentiría si te dijera algo, pero... eso es lo que se ocupaba usualmente por, como parche o Plan B, en el caso que necesitaras poner urgente un disco, o se enteraban en el momento de que oye sabi que justo estaba de aniversario tal banda,... Ya! Busquemos el tema de ese disco.. Oh! No está, ya.. y no te da el tiempo.. no te queda otra.. Es cuestión de tiempo y.. para no dejar un vacío.

Gonzalo: Eh. con respecto a eso.. las personas que vigilan en este momento la, la lista.. en el caso que hubiese algún, algún inconveniente o plan b, como tú dices, o algún evento que amerite poner una pista, ellos no dicen esto.. oye esto no va!? o no llaman inmediatamente y dicen..

FCO: No! se hace en el momento. y se da la explicación.. al tiro, después viene el programador.. ehhh.. dicen: Oye, por qué sonó el tema así? O.. eso no estaba ahí.. Ehhh.. o como se llama, ahí te explica, pasa por esto.. o para sacarse el problema que es poner un tema que no está.. que no está autorizado.. ponen un extracto, es decir esta el locutor hablando, no sé, ta de aniversario el disco de Metallica, de bla bla bla, y

vamos a poner un extracto!, o lo mismo.. yo encuentro que ahí es más complicado, hay una delgada línea.. en el caso personal, cuando son temas nuevos. Por ejemplo, tal banda saco un nuevo disco,.. y esta la exclusiva cachai? del tema, y no teni el disco.. no teni el audio tampoco, ehhh de forma legal. y ahí ocupai Youtube.. y ahí teni para mí una delgada línea por que estai ocupando algo de Youtube,

Gonzalo: Claro

Y estai sacando un extracto del audio.. onda, o sea para mostrar el tema, oye sabi que suena así.. *Tarararara..* TO! Listo, pero igual estai como en una delgada línea en caso de lo que tiene que ver con derechos de autor, y.. o sea si te descubren que pusiste el tema de Youtube, y realmente el tema no lo teni tu de forma legal, ya ahí tai metiéndote en un tete. Tonces ahí teni que entre comillas "Hacerte el tonto", porque también ahí donde está el Versus, con lo que es la competencia.. o sea si la competencia puso el tema y tu quedai atrás,, que va a decir la gente.. la radio nunca pone los temas exclusivos en el momento, tonces.. mejor me voy para el lado..

Gonzalo: Claro

Ellos si lo hacen, y le dan un análisis y todo el cuento, tonces.. teni que hacer eso de repente, pero hay una delgada línea. Podi caer en lo.. en cómo se llama? , en lo.. en un problema legal. por lo que te explico.

FCO: NO, O sea me acuerdo que una vez, no me acuerdo de la banda pero tuvieron que usar dos veces, el asunto de Youtube para, como se llama.. para poner un extracto del tema nuevo, parece que una vez fue con Rush.. Si es que no me equivoco, pero no hubo ningún problema, ningun pero.. en lo que si son, son serios.. son con respecto a la hora.. cuando, ya sacando un poco el tema musical, cuando te equivocai con la hora, con la temperatura, cosas así.. porque tai dejando, como se llama.. tai dejando mal para

la radio. es como lo mismo del típico chileno así.. Iván Torres, algo parecido.. Tonces ahí son un poco cuáticos o cuando no suena la canción o.. que más puede ser? Las cortinas! también que no suenan.. porque el programador, o sea.. aparte de estar programando la música en su misma oficina está escuchando la radio. tonces cualquier detalle bien digo.. ehhh, ah listo! se para y va a radio control: Que paso? y ahí se pide la explicación, pero eso es lo bueno, yo creo, el ambiente que se genera, pasa piola.. es decir, se lo tiran como talla.. Ya! no se vuelva a repetir.. y todo el cuento.. pero siempre en la buena onda, nunca hubo un problema así.. serio! cototo.. que tenga que bajar, alguien mas.. mas fuerte para que.. para decirte que la situación se puso fea..

Anita: Es una pregunta que a mí me surge: Si esta tan controlado en el sentido de.. música, los locutores tienen algo así no se cómo no pueden hablar de esto.. eh .. tienen como restricciones??

FCO: No

Anita: No?

FCO: Hasta donde lo que vi no tenían restricciones, además que.. es medio difícil darle restricciones, comillas " A un viejo zorro"..

onzalo: En el momento que tu estuviste en la radio, nunca paso eso?

(RISAS)

No podí, no podí darle.. restricciones a un locutor como Pirincho Cárcamo, a Hernán rojas no podí, un tema.. sabí que? no digai esto. no digai esto otro. tonces son un poco más viejos, y se mandaban condoros. Cachai? se equivocaban en nombre de bandas nuevas, o .. en el momento que siempre se equivocaban era en hacer publicidad.. pero

son cosas que se pueden perdonar porque son ellos, porque son voces conocidas..
Tonces no. no no, no habían restricciones en ese caso. Cero restricciones.

Gonzalo: EN el caso de los invitados que llevaban a los programas.. Estas personas.
como .. si tu viste.. como las contactaban? Eran por ejemplo, a través de los sellos.. o
las personas llegaban de la nada a.. a ellos.. o sea..

FCO: Hasta lo que se, por los sellos.. pero los invitados que usualmente habían eran de
política.. o sea estamos hablando de en el programa que dan en la tarde.. Pirincho
Cárcamo, ehh.. solamente música.. ponen música ponen música, y a lo mas podi
pillarte la grabación de una entrevista que hicieron antes.. y que se juntaron en otro
lado.. Porque vienen artistas extra. no se vino Roger Waters le hicieron una entrevista
afuera y justo se paso por Futuro, lo llevaron.. pero mas allá de eso, no.. siempre eran
contactados por el asunto: Política.

Gonzalo: Para eso había un horario... no?

FCO: Claro!.. Usualmente se hacia un día anterior, o dos días antes.. el mismo, como
se llama.. productor del programa se encargaba de eso.. de llamar a los invitados, y
como los productores que están encargados de los programas.. no tan todo el día ahí,
dependiendo

por ejemplo.. el que graba el programa de política, taba trabajando.. emmm.. como se
llama esta radio?, Oh! se me olvida pero es una radio de adentro

Gonzalo: Dentro de Iberoamericana

FCO: Claro! de Iberoamericana, tonces se contactaba por otro lado, y ahí llegaba
después el invitado pero en el momento, nunca se contactaba, nunca había alguien
contactando a otro, por que como te digo eran productores, usualmente estaban fuera o

sea, los que estaban adentro se contactaban.. ellos también lo hacían, de productor y estaban la mañana grabando, los programas grabados.. también, tonces se.. más que nada los veías en el teléfono rara vez o los veías grabando. o escribiendo los guiones para el día siguiente, como se llama.. para los locutores..

Gonzalo: Ahora, siempre estos programas estaban grabados? O sea, siempre hay una edición de por medio

FCO: En algunos programas... No todos, en el de la.. mira.. Por lo que yo recuerdo cuando estuve en Futuro, últimamente no la he escuchado mucho.. los programas del día, van todos en vivo. todo lo que tiene que ver relacionado con política.. es decir el " palabras sacan palabras ".. " Palabra que es noticia ", esos dos claro.. van en vivo. Completamente en vivo, el.. "Con la ayuda de mis amigos" y " la arenga del rock", en vivo..

Gonzalo: Siempre en vivo

FCO: Siempre en vivo nunca grabado, a menos que sea feriado, ahí son grabados, ehh.. el otro programa que era, era.. que si y no era el "Rock and Ruedas", habían días que iban grabado.. y días que iban en vivo

Gonzalo: Pero era una cuestión de tiempo entre los locutores? o había mano negra entre medio?

FCO: No si no era cuestión de mano negra, era simplemente por cuestión de tiempo, que no lo tenían y, estaba estipulado que claro, el programa tenía que ir grabado, tonces.. el "rock and Ruedas" iba grabado, se grababa en la mañana, se grababa solo el audio,

Gonzalo: Claro

FCO: Cómo se llama, el radio controlador tenía que montar la música, poner el tema siguiente para que, creara un solo programa..

Gonzalo: O sea, el locutor no anunciaba ningún tema?

FCO: SI lo hacía, por ejemplo, ahora ta la grabación y por ejemplo, AC/DC Highway to hell, o en el caso estaba la parrilla programática ya estaba lista desde el día anterior, tonces ya en la mañana cuando tan grabando, ehh.. en el caso del... Ya sabe que tema viene, pero si por equis motivo no ta la programación él dice: Ya! Vamos con un tema.. Es así no más! , simple.. ahí viene un tema, vamos con un tema, y suena lo que tenga que sonar, porque de repente. claro no esta lista la parrilla, la como se llama.. la, parrilla programática.

Gonzalo: Que loco eso

ANITA: Yo te tengo que preguntar algo por otro lado: Que pasa con la SCD, que conexión hay ahí?

FCO: A ver, formula un poco mejor tu pregunta.

Anita: A ver, la SCD me imagino, metía mano al momento de hacer la parrilla todos los días.. parrillas distintas.. por lo tanto la SCD no se si tú lo sabes, pero.. asumo yo que la SCD tiene que haber puesto sus reglas al momento de crear las parrillas, por ejemplo, yo escucho la radio, no la Futuro quizás, pero otras radios, que están mas de un mes tocando los mismos grupos.. y , nunca escucho nada nuevo, y yo tengo muchos conocidos que van todos los días a inscribir cosas en la SCD y nunca suenan y la SCD nunca los tira.. Me entendi?

FCO: Te entiendo

Gonzalo: Los Sellos?

Anita: Claro, Los mismos sellos, tonce, al final.. la pregunta seria, es la SCD la que realmente corta el queque por decirlo así en las radios?

FCO: Mira, llévalo por una simple deducción, esta cuestión es solamente DINERO. Dinero dinero dinero, en el caso de Futuro, que vai a poner tu? Una banda conocida emblemática del rock? o alguien que no conoce nadie? Entre comillas, viéndolo del lado más frio, y no toy diciendo que yo apoye eso.. yo no, toy en contra de eso que.. hay que aclararlo inmediatamente, pero viéndolo de la forma fría, o sea.. pensando en el vil y sucio dinero, que preferi poner? para que tengai mas auditores?, y como en el mundo del rock, no son pocos los temas que son como estandartes de la música, queda poco espacio, y ahí donde se crea en el caso chileno el show del doctor "Rock And Roll", donde ahí teni el espacio para poner toda la música chilena del rock que podai,

Anita: Pero es una cosa mínima

FCO: Claro! es poco pa una vez a la semana y parece que ahora, va mas días pero más bloques chicos, tipo Podcast si no me equivoco, te mentiría si te digo que es así...