



**UNIVERSIDAD
ACADEMIA
DE HUMANISMO CRISTIANO**

UNIVERSIDAD ACADEMIA DE HUMANISMO CRISTIANO

ESCUELA DE PRODUCCIÓN MUSICAL

EDITORIALES MUSICALES

Tesis para optar al grado de Licenciado en Música

Estudiante: Eduardo Adrián Gimenez Gómez
Profesor Guía: Marisol Campillay Llanos

Santiago, 2016

AGRADECIMIENTOS

Primero que nada quisiera agradecer a Dios por darme la posibilidad de cumplir el sueño de ser productor musical. Demás está decir que nunca es tarde para cumplir nuestras metas, siempre y cuando trabajemos con tesón y sin perder de vista el objetivo.

Deseo agradecer a mi familia. A mis padres por su amor y apoyo incondicional. A mis hijos porque supieron comprender lo importante que es este objetivo para mí y porque tuvieron la suficiente fortaleza para superar las distancias que nos separaron durante estos 4 años.

Además, quiero agradecer a mi tutora de tesis, la profesora Marisol Campillay Llanos por sus instrucciones, paciencia y dedicación. Estoy en deuda con ella por su acompañamiento y motivación permanente durante el proceso de desarrollo de esta tesis.

ÍNDICE

I. CONTEXTO INTRODUCTORIO	5
II. ANTECEDENTES DEL PROBLEMA	7
2.1 PRODUCCION MUSICAL	7
2.2. EDITORIALES MUSICALES	9
2.2.1 LA PUBLICACIÓN DE MÚSICA Y DERECHOS DE AUTOR	11
2.3 LEY 20810: SISTEMA DE CUOTAS DE MÚSICA EN RADIOS	12
III. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	15
3.1 PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN	17
3.2 OBJETIVO GENERAL	17
3.3 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	17
IV. ESTADO ACTUAL DE LAS INVESTIGACIONES	18
4.1 DESDE LA EDITORIAL LITERARIA A LA EDITORIAL MUSICAL	18
4.1.1 BREVE HISTORIA DEL LIBRO	19
4.1.2 LA INTRODUCCION DE LA IMPRENTA	22
4.1.3 PARTITURAS	25
4.1.4 PARTITURAS IMPRESAS	26
4.1.5 EVOLUCIÓN ACTUAL	28
4.2. DISCUSIONES SOBRE LA LEY 20810	29
4.3 EL ROL DE LA PRODUCCION MUSICAL BAJO LA LEY DE CUOTAS RADIALES: PRODUCCIONES LOCALES VERSUS PRODUCCIONES EXTRANJERAS	36
4.3.1 PREPARANDOSE PARA EL CAMBIO	39
4.3.2 A MAS DE UN AÑO DE LA LEY	42
V. POSICIONAMIENTO TEÓRICO	46
5.1 EL ARTE Y LA PRODUCCIÓN MUSICAL	46
5.2 GLOBALIZACION Y CULTURA	50
5.2.1 HEGEMONISMO CULTURAL	51
VI. MARCO METODOLÓGICO	55
6.1. ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN	55
6.2. DEFINICIÓN DE MUESTRA	56
6.3. TÉCNICA DE RECOLECCIÓN DE DATOS	57
6.4. TÉCNICA DE ANÁLISIS: ANÁLISIS DE CONTENIDO	58
VII. ANÁLISIS	60
7.1. CAPÍTULO UNO: NORMATIVAS	60
7.1.1. PROCESO DE REGISTRO DE OBRAS	60
7.1.2. DERECHOS DE AUTOR	60
7.1.3. LEY DEL 20%	62
7.1.3.1. FALTA DE DIVERSIDAD	65

7.2. CAPITULO DOS: RELACION ENTRE LA PRODUCCION MUSICAL Y LA LEY DEL 20%	68
7.3. CAPITULO TRES: FIN ÚLTIMO DE LA COMPOSICION Y PRODUCCION MUSICAL	71
7.4. CAPITULO CUATRO: EL CONCEPTO DE EDITORIAL MUSICAL	76
7.5. CAPITULO 5: UNA EDITORIAL MUSICAL EN LA UAHC	80
VIII. CONCLUSIONES	87
8.1. HEGEMONISMO CULTURAL VERSUS LEY DEL 20%	88
8.2. RELACION ENTRE PRODUCCIÓN MUSICAL Y LA LEY DEL 20%	89
8.3. UNA EDITORIAL MUSICAL COMO APORTE A LA SOCIEDAD	90
8.4. OBJETIVO DE UNA EDITORIAL MUSICAL EN LA UAHC	91
IX. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	93
X. ANEXO	99
10.1. LEYES DE FOMENTO DE LA MÚSICA CHILENA	99
XI. ENTREVISTAS REALIZADAS	101

I. CONTEXTO INTRODUCTORIO

“Desde hace veinticinco siglos el saber occidental intenta ver el mundo. Todavía no ha comprendido que el mundo no se mira, se oye. No se lee, se escucha. Nuestra ciencia siempre ha querido supervisar, contar, abstraer y castrar los sentidos, olvidando que la vida es ruidosa y que sólo la muerte es silenciosa: ruidos del trabajo, ruidos de los hombres y ruidos de las bestias. Ruidos comprados, vendidos o prohibidos. No ocurre nada esencial en donde el ruido no esté presente.” (Jacques Attali, 1995).

Desde sus orígenes, el hombre se ha visto atraído por la magia de los sonidos. Ha creado instrumentos con las herramientas de su entorno, y generó música con un propósito definido. El mismo fue mutando, y junto con él la forma de transmitirlos.

Siglos más tarde, con el advenimiento de la notación musical y la invención de la imprenta, surgieron las partituras impresas, y junto con ellas las editoriales musicales. Ellas fueron las encargadas de reproducirlas y salvaguardar los derechos de los compositores y generar recursos que les permitieran a los músicos ganar algo de dinero.

El siglo XIX traerá, con la invención del fonógrafo de manos de Alba Edison, una expansión de toda la industria musical, la masificación de obras musicales y la popularización de artistas y compositores. Surgirán grandes compañías encargadas de la producción de los reproductores y los fonogramas, así como también la aparición del productor musical como figura central. (Schoenherr, 2004).

Por otro lado, después de la Caída del Muro de Berlín, el triunfo de la ideología capitalista, trajo consigo la imposición de un único modelo cultural. Este modelo establece claramente cuáles son los contenidos que deben reproducirse en los medios masivos de comunicación. En cuanto a la música se refiere, el capitalismo ha dejado en manos de unas pocas editoriales multinacionales el total control del catálogo musical. Estas deciden géneros, artistas y obras que se deben reproducir.

En el siglo XXI, la tecnología ha acercado a los músicos las herramientas para poder grabarse a sí mismos. También los soportes físicos de almacenamiento de música tuvieron una notable modificación, compactándose. El auge de Internet ha hecho posible la popularización de nuevas bandas y artistas, pero a su vez, ha perjudicado la industria musical, ya que las ventas de discos en formato físico han disminuido considerablemente y las descargas ilegales llevan la delantera. (Schiffrin, 2001).

Actualmente, la música y sus secretos están al alcance de todos. Incluso desde la década del noventa surgieron algunas universidades ofreciendo la carrera de Producción Musical. En Chile, y más precisamente en la UAHC, se gesta en el año 2010. Los estudiantes de dicha carrera se forman como licenciados en música con mención en producción musical, y a lo largo del cursado realizan diversos proyectos musicales.

Un panorama alentador para ellos y para las demás producciones locales, se ha dado con la Ley número 20.810 aprobada por el Parlamento chileno, también llamada “Ley del 20 % de la música chilena”, la cual establece cuotas mínimas de reproducción de música producida o interpretada por artistas chilenos en las radios.

Por otra parte, se considera aquí que toda creación musical nace como fruto de una inspiración, necesidad creadora de parte del compositor o como tarea desempeñada por el productor musical a cargo de la producción sonora. Ellas tienen como fin último llegar a oídos del espectador/auditor, en cualquiera de sus formas: banda sonora para una película, videojuego, track para un disco u otro.

La Escuela de Producción Musical de la UAHC realiza producciones musicales de forma permanente, ya sea por parte de sus alumnos, profesores u otros artistas. También graba, produce y apoya a las demás escuelas con los eventos que se realizan dentro de la Facultad de Artes, pero no cuenta con una editorial musical que fomente la música grabada en su estudio de grabación, o las producciones de teatro, danza y cine. No cuenta con una entidad que administre derechos, asesore y ayude a los artistas e intérpretes en el registro de sus obras, y difunda las producciones realizadas en los distintos medios de comunicación, para poder finalmente llegar al público, entendiendo esto como el último peldaño de todo el proceso creativo.

II. ANTECEDENTES DEL PROBLEMA

2.1 PRODUCCION MUSICAL

La producción musical es una actividad que involucra distintos procesos creativos, administrativos, musicales, etc. que son llevados adelante por la figura del productor musical cuando se trata de una producción discográfica. El mismo es el encargado de realizar distintos papeles, como controlar las sesiones de grabación, instruir y guiar a intérpretes musicales en el proceso de grabación, reunir las ideas del proyecto, dirigir la creatividad, supervisar la grabación, la edición, la mezcla, y realizar el proceso de masterización. (Burguess, 2005).

La producción musical no puede ser entendida aislada de los cambios tecnológicos que acontecieron históricamente. Por ende, es necesario aquí hacer una reseña sobre cuáles fueron los avances que hicieron posible el surgimiento de la misma, y como fue evolucionando el rol del productor musical junto con ella.

En diciembre de 1878, el estadounidense Thomas Alva Edison obtuvo la patente de su genial invento: el fonógrafo. Concebido inicialmente como un aparato para las oficinas, facilitaría el trabajo de los taquígrafos, pero años después, el fonógrafo se demandaba como aparato de entretenimiento. A finales del siglo XIX su aparato era un éxito de ventas, se producía en serie, y era una maravilla para los oyentes. (Schoenherr, 2004).

El principio del fonógrafo era muy simple, una bocina focalizaba las ondas sonoras con tanta fuerza que hacía vibrar un diafragma situado en su extremo. Una aguja llamada púa registraba las vibraciones de forma vertical en una fina película, obteniendo una pista sonora helicoidal. Para su reproducción se seguía el proceso inverso: la aguja seguía la pista sonora y con sus movimientos hacía vibrar el diafragma. Ahora la bocina actuaba como un altavoz y focalizaba el sonido. En 1890 se sustituyó la hoja de estaño por cera preparada, y más tarde por goma laca para hacer los cilindros más duraderos. Estos robustos cilindros abrieron nuevos mercados y con la venta de música pregrabada nació el mundo del entretenimiento. (Schoenherr, 1999).

A finales de siglo, surgiría el primer competidor del invento de Edison: el gramófono. Patentado por Emilie Berliner en 1887, fue el primer sistema de grabación y reproducción que utilizaba discos planos, y fáciles de fabricar en serie. Además, la

púa producía menor desgaste y mayor calidad de sonido. El gramófono acabó imponiéndose sobre el fonógrafo por el menor coste de producción de sus grabaciones, puesto que a partir de un único molde original podían realizarse miles de copias. Este dispositivo se popularizó rápidamente, convirtiéndose en el más común desde fines de siglo hasta 1950. (USA Library of Congress, s/f).

El desarrollo de la microfonía comenzó a gestarse desde fines del siglo XIX. David Edward Hughes en Inglaterra, desarrolló el micrófono de carbono, también llamado “transmisor”. Este fue el primer dispositivo que permitió una comunicación de calidad. En 1916, Laboratorios Bell desarrollaría el primer micrófono de condensador. En 1931 la Western Electric presenta el primer micrófono dinámico, el modelo 600, serie 618. Varias compañías hicieron grandes aportes a esta tecnología, pero RCA fue la que más aportó con el desarrollo del patrón polar. (Schoenherr, 2006).

La aparición de la radio, junto con el desarrollo de la microfonía, contribuyó de manera significativa a la industria de la música. Lo que las audiencias escuchaban en las radios, lo compraban, y así, la industria discográfica se convirtió en un fenómeno universal. La tecnología también mejoró el equipamiento en los estudios de grabación, donde se venía gestando el papel del productor discográfico o productor musical.

Al inicio del siglo XX, el productor discográfico organizaba y supervisaba las sesiones de grabación, pagaba a los técnicos, músicos y arreglistas y algunas veces escogía material para el artista. A ellos se les denominaba directores de artista y repertorio o directores A&R. Un ejemplo de ellos fue el músico y compositor Mitch Miller del sello Columbia Records. (British Phonographic Industry, s/f).

Durante los sesenta, productores y directores A&R eran contratados por los grandes sellos discográficos. Las grabaciones se hacían en estudios controlados y operados por los mismos, como los míticos estudios Abbey Road en Londres. Elegir y arreglar canciones, supervisar sesiones e incluso componer, eran tareas que el productor tenía que combinar con el papel de intermediario entre músico y disquera. A ello se le sumaba también encargarse del marketing del disco, es decir, su forma de promocionarlo, y por último supervisar las ventas. Un ejemplo de productor bajo contrato es el caso del legendario George Martin, quien trabajó muchos años como arreglista y productor para A&R y EMI, antes de emprender una fructífera carrera de manera independiente. (Ordoñez, 2012).

Poco tiempo después, surgiría una nueva categoría: la de los productores independientes, en la cual ellos mismos eran los dueños de la compañía. La aparición de la tecnología de grabación de cinta magnética de alta fidelidad, hizo más económica las grabaciones, sus implementos y finalmente el proceso productivo. Con ella vieron la luz estudios de grabación independientes que se instalaron en grandes centros urbanos como Los Ángeles, Londres y Nueva York. Leiber & Stoller, Phil Spector, creador de la pared de sonido, y Joe Meek, pionero de estudio británico, son ejemplos de ello. El productor musical, ahora libre e independiente del sistema tradicional de trabajo con sellos discográficos, encontraba su nueva posición en el medio. (Burguess, 2005).

En la década del 60 y con el advenimiento de los sintetizadores y modernos micrófonos los productores cambiarían la forma de hacer música. Ahora podían manipular los sonidos, crear atmósferas y efectos. Ejemplo de ello fue el productor Phil Spector, conocido por su revolucionaria técnica: "la muralla de sonido." (History of Rock, s/f).

Bandas como Led Zeppelin, The Kinks, The Beatles y The Rolling Stones se animaron y decidieron ser sus propios productores, debido a que tenían la experiencia de sus propias sesiones de grabación. "The Dark Side Of The Moon", autoproducido por los integrantes de Pink Floyd, es un ejemplo de esta forma de trabajo y aparecería en el mercado en marzo de 1973.

Actualmente, la industria musical mueve billones de dólares al año, donde artistas, productores musicales, sellos discográficos y editoriales discográficas juegan un importante papel. Al mismo tiempo en que distintas instituciones educativas se encargan de formar en el aprendizaje de la música.

2.2. EDITORIALES MUSICALES

Las editoriales musicales son aquellas empresas encargadas de la gestión y administración de los derechos de autor. En la industria de la música popular, el editor musical es la persona a quien se le encarga la administración de la explotación económica de los derechos patrimoniales sobre una obra musical. Además, se dedica a promocionar las obras en el mercado e intentar darles cabida

en proyectos discográficos y publicitarios a cambio de una cesión de derechos de explotación. (Gordon, 2008).

El negocio de la edición musical tiene que ver con el desarrollo, la protección y la valoración de la música. El negocio es diverso y exige una variedad de habilidades. Los editores de música juegan un papel vital en el desarrollo de la nueva música y en el cuidado de la parte empresarial, permitiendo a los compositores concentrarse en su trabajo creativo.

De acuerdo con Gordon (2015), el papel de un editor de música consiste en:

- a) la búsqueda de nuevos y talentosos compositores, impulsándolos y apoyándolos a medida que desarrollan sus habilidades, ya sea a través de ayudar con sus gastos de vida, proporcionándoles las instalaciones que se necesitan para producir música o la oferta de asesoramiento y orientación por escrito para mercados particulares;
- b) asegurar comisiones para los nuevos trabajos y ayudar a coordinar el flujo de trabajo;
- c) el registro de las obras de los compositores con todas las sociedades y organismos de recolección, por ejemplo la Sociedad Chilena de autores y compositores (SCD) en Chile;
- d) la producción de grabaciones de demostración y, en el caso de la música clásica contemporánea, materiales de rendimiento (partitura y partichelas, etc);
- e) la producción y concesión de licencias de producción de música impresa;
- f) la producción de materiales de promoción, incluyendo CDs de muestras, resultados de estudios, folletos, etc.;
- g) la promoción de autores, compositores y su música, de artistas, locutores, discográficas y otros que utilizan la música sobre una base comercial, tanto a nivel nacional como internacional;
- h) la autorización del uso de la música, ya sea directamente en el caso de los usos concretos y específicos (por ejemplo, ofertas de sincronización) o a través de la red entidad de gestión colectiva en respuesta a las nuevas oportunidades de licencias que se derivan de los desarrollos tecnológicos;
- i) monitoreo y seguimiento del uso de la música de su propiedad y la garantía de que el pago se hace adecuado para todos los usos autorizados;
- j) hacer los pagos de regalías a los autores y compositores en relación con el uso de su música;
- k) tomar las medidas adecuadas contra cualquier persona que utilice la música sin la licencia necesaria.

En la actualidad, toda universidad o institución artística musical, y bajo el contexto de la Ley del 20%, debería ser capaz de contar con una editorial musical encargada de gestionar y administrar los derechos de autor y promocionar las obras de los compositores que se encuentran dentro de la misma. Esto sería un gran impulso para la carrera de los jóvenes artistas, quienes al sentirse apoyados por ella, incrementarían el flujo de sus composiciones, y sus obras llegarían a los medios de comunicación o público de una manera más ágil.

2.2.1 LA PUBLICACIÓN DE MÚSICA Y DERECHOS DE AUTOR

El negocio de las editoras musicales depende de la existencia de un marco de leyes de derechos de autor fuerte en el país del que se trate. El control de los derechos de autor permite a un editor recuperar la inversión realizada en los autores o compositores, y asegurarse de que son recompensados por su trabajo creativo.

La relación entre un editor de música y un autor / compositor se apoya en un plan que establece los derechos y obligaciones de cada parte en un contrato de edición. Bajo estos contratos autores y compositores asignan los derechos de autor de su música con el editor, a cambio de un compromiso de promover, proteger y explotar esa música. El editor se compromete a pagar al autor / compositor un porcentaje de los ingresos obtenidos de dicha explotación en forma de regalías. Se debe tener en cuenta que los derechos de autor sólo se pueden asignar en un documento escrito firmado por ambas partes, llamado “contrato de edición.” (Alberti, 2011)

Un buen editor busca buena música, grandes compositores y cantautores. Es compatible con los autores y compositores en el proceso creativo, promueve sus catálogos a través de una variedad de plataformas, gestiona la explotación del negocio de los catálogos (incluyendo el registro de obra, la recolección y el pago de todos los derechos de autor debidos) y, en general trata de proteger y mejorar el valor de sus obras con pasión y compromiso profesional.

La piedra angular del negocio editorial son los catálogos musicales y la habilidad de estas empresas para mover las obras dentro de la industria, además de su capacidad de interesar a discográficas y agencias de publicidad. Al igual que otros sectores del negocio musical, como el management o la producción discográfica, la edición musical es un filtro intermediario clásico. También tiene que hacer frente a

una saturación en la oferta, pues son muchos los autores y compositores que requieren servicios editoriales y no todos tienen cabida. Además, en la coyuntura actual, son frecuentes las fusiones (parciales o integrales) entre edición, producción, promoción y management. (Brabec & Brabec, 2008).

Con el avance de la tecnología, los medios de reproducción cambiaron y la tarea del editor también: hoy ya no busca únicamente la ejecución pública, sino la difusión a través de publicidades, películas, descargas en Internet y teléfonos celulares, entre otros. Esto es debido a la diversificación de productos, resultado de la globalización en materia económica y el surgimiento de nuevos mercados donde posicionarlos. (Christman, 2015).

Contar con un buen catálogo musical es esencial para lograr seducir a discográficas, agencias de publicidad y los medios masivos de comunicación. Con la variedad de plataformas con que el negocio de la música cuenta hoy, y como bien lo menciona Christman (2015), la tarea del editor musical es mucho más compleja que en el pasado. Ahora debe posicionar sus catálogos y promover las obras de una manera más efectiva debido a una mayor demanda y mayor competencia con otras editoriales.

2.3 LEY 20810: SISTEMA DE CUOTAS DE MÚSICA EN RADIOS

El sistema de cuotas de música en las emisiones radiales es un instrumento utilizado en distintos países para proteger y difundir la industria musical local. Por lo general, consiste en un porcentaje obligatorio de música nacional dentro de la programación de las radioemisoras. En algunos casos las cuotas se establecen mediante leyes y en otros se trata de metas voluntarias determinadas por el Estado en acuerdo con las radios. El fundamento de este tipo de mecanismos es el que el espacio radial es un recurso escaso y de importancia para una nación, por lo que los gobiernos tienen la facultad y el deber de velar por su correcto funcionamiento. (Rodríguez, 2010).

Según el informe del Observatorio de Políticas Culturales (2015), de la experiencia internacional encontrada se pueden clasificar los sistemas de cuotas en los siguientes tipos:

- a) cuotas definidas por el idioma: el criterio que se aplica para establecer el porcentaje de música es si esta es cantada en un determinado idioma, sin considerar el origen (Francia y Polonia, son ejemplo de ello);
- b) cuotas de música nacional: aquella producción artística que ha sido compuesta y/o interpretada por nacionales (Australia, Argentina, Canadá, Portugal, Sudáfrica, Uruguay, entre otros);
- c) cuotas de contenidos locales: se trata de normativas más amplias que se aplican no solo a la producción musical sino que también a los programas radiales (sean musicales o no) y a la producción audiovisual (Malaysia y Venezuela y Argentina) En cada una de estas categorías se pueden encontrar otras especificaciones como porcentajes para música de raíz tradicional o para determinados géneros musicales.

En algunas normativas se combinan los criterios, pudiendo por ejemplo, establecer cuotas para la música nacional y otros contenidos locales, como es el caso de Argentina cuya nueva legislación obliga tanto a considerar un porcentaje de “producción nacional” a las radioemisoras en genérico como de “música nacional” en específico.

Los sistemas de cuotas de música nacional suelen definir como “música nacional” aquella que es compuesta y/o interpretada por nacionales. En Canadá cuentan tanto la música como el artista, la producción o la letra, cualquiera de ellos, si es realizada por un canadiense, vale. En algunos casos los nacionales son aquellos que cuentan con la nacionalidad y/o aquellas personas que residen en el país del que se trate.

También existen medidas especiales para la música nueva o emergente, como sucede en Polonia, Portugal, Australia y Francia, o distintas franjas horarias en las que se deben emitir. Finalmente hay países en que se considera el tipo de radioemisora (pública/privada, comercial/comunitaria) estableciendo, en algunos casos, más exigencias a las entidades públicas. (OPC, 2015).

En general los sistemas se van modificando con el transcurso de los años, agregando más criterios al mecanismo original para dirigirlos de mejor manera a sus objetivos iniciales. Por ejemplo, se establecen porcentajes por géneros cuando el resultado de la normativa se ha traducido en un aumento exclusivo de la presencia de música nacional pop en las radios, como es el caso de Australia. En otros se agregan exigencias de franjas horarias cuando los contenidos locales se ponen al aire durante la noche o en horas en que baja el número de oyentes.

El hecho de imponer porcentajes diferenciados por género musical tiene que ver con la necesidad de adaptar el sistema a las necesidades del país. Es frecuente que las

cuotas busquen no sólo asegurar la pervivencia y difusión de la música nacional, sino también la diversidad musical existente, que se ve amenazada por los procesos globalizadores y la entrada de cadenas de radio y discográficas multinacionales. En este sentido, es necesario indicar que las cuotas no necesariamente ayudan a la diversidad de estilos musicales, pero sin duda proporcionan mayores oportunidades laborales a los productores musicales. (OPC, 2015).

El 31 de enero del 2004, se aprobó la Ley 19.928 del Consejo de Fomento de la Música Chilena, la cual establece:

“TITULO I

Del Consejo de Fomento de la Música Nacional

Artículo 1º.- El Estado de Chile apoya, estimula, promueve y difunde la labor de los autores, compositores, artistas intérpretes y ejecutantes, recopiladores, investigadores y productores de fonogramas chilenos, forjadores del patrimonio de la música nacional, para la preservación y fomento de la identidad cultural. (Biblioteca del Congreso Nacional de Chile, 2016).

La ley tiene un alcance mucho mayor si se lo mira en perspectiva, pues no sólo beneficia a los artistas y compositores apoyando su labor y difundiendo su música, sino que también estimula la producción discográfica a nivel nacional y con esta se incrementan de manera significativa los catálogos de las editoriales que gestionan a dichos artistas y obras.

Además, en su Artículo 3º establece que se crea el Consejo de Fomento de la Música Nacional, y en el Artículo 5º crea el Fondo para el Fomento de la Música Nacional.

Posterior a ello, el 15 de abril del 2015, se aprobó la ley 20810 que establece porcentajes mínimos de emisión de música nacional y música de raíz folklórica oral, a la radio difusión chilena. La misma nace como una modificación a la Ley 19.928, y principalmente amplía el Artículo 15º estableciendo que el Consejo de Fomento de la Música Nacional puede celebrar convenios con entidades de radiodifusión, televisión u otras, con el objetivo de incluir determinados porcentajes de música nacional.

Resumiendo, según la nueva ley, del porcentaje de música nacional que se emita en radios, al menos un veinticinco por ciento (25%) deberá estar destinado a:

1. composiciones o interpretaciones musicales emergentes, entendiéndose por tales aquellas grabadas en fonogramas en los últimos tres años contados desde la fecha de la emisión radial, ó
2. composiciones o interpretaciones de identificación regional o local, de acuerdo al área de concesión.

El porcentaje mínimo a que se refieren los incisos precedentes se contará del total de las canciones u obras musicales emitidas que constaren en la planilla de ejecución diaria elaborada por cada radiodifusora. Las radioemisoras que no cumplieren con las normas establecidas en dicha ley serán sancionadas, de acuerdo al contenido del Artículo 15 bis, con multas que van desde cinco hasta cincuenta unidades tributarias mensuales.

La ley demuestra que realmente se está tomando en serio a la música nacional y el gobierno está decidido a garantizar la promoción y divulgación de sus artistas y composiciones. Es una gran apuesta que tendrá beneficios no sólo para los artistas sino también para toda la gran cadena que comprende la industria discográfica. La misma permitirá a las editoriales musicales tanto nacionales como internacionales, introducir nuevos y clásicos artistas, y contar con mayor cantidad de obras para su difusión.

III. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

En la actualidad, las producciones musicales que se realizan en el estudio de grabación de la UAHC se encuentran bajo un escenario incierto, principalmente debido a la falta de una editorial musical que las difunda y trabaje bajo el contexto de la Ley del 20%.

Ya sea las obras, los proyectos musicales de alumnos y los proyectos independientes que se materializan en el estudio de grabación de la UAHC, no tienen un destino cierto. Muchas de ellas ni siquiera son inscritas en el DDI (Departamento de Derechos Intelectuales), poniendo en riesgo los derechos de autor de sus compositores, amparados por La Ley 17.336 sobre Propiedad Intelectual, que es aquella ley especial que regula los derechos de autor y derechos conexos en Chile. Relatos orales dicen que la mayoría de los músicos y

compositores desconocen el alcance de la misma y la importancia de tener registradas sus obras.

La falta de información acerca de las editoriales musicales es evidente. Más aún, pocos músicos conocen su rol dentro de la cadena de producción discográfica. Probablemente se deba a que existe cierto recelo a divulgar información, lo cual es más que entendible cuando vemos las grandes sumas de dinero que se manejan. Por esta razón es imperativo recaudar información sobre las mismas, sobre todo desde la promulgación de la Ley de cuotas radiales.

Se pretende con este trabajo sacar a la luz información sobre el funcionamiento de las editoriales musicales y su rol dentro de la industria discográfica. Busca además, ser un aporte para futuros profesionales de dicha industria, para compositores o para productores musicales. También para la Escuela de Producción Musical de la UAHC, brindando a sus profesores información extra para impartir a sus estudiantes, y cubriendo esta temática que al día de hoy no es enseñada dentro de la malla curricular. Procura incentivar a los compositores a tomar conciencia sobre la importancia del rol que juegan las editoriales musicales en la difusión mediática y en la cadena lógica de la producción discográfica. Por último, evidenciar la oportunidad que brinda la Ley del 20% para sus obras, y así evitar que perezcan almacenadas en el estudio de grabación o más tarde eliminadas por estar en desuso.

Surgen las siguientes interrogantes: ¿qué pasa con las obras o producciones realizadas en el marco de dicha entidad? ¿Cuál es el fin último u objetivo de estas creaciones musicales? ¿Podría la Escuela de Producción Musical verse beneficiada por la creación de una editorial musical? ¿Podrían estas obras llegar a un público masivo? Y finalmente, ¿es esta la voluntad de los compositores y/o productores musicales?

Este trabajo pretende dilucidar todas estas preguntas y servir como antecedente para futuros estudios sobre la importancia de una editorial musical. La falta de información sobre las editoriales musicales es más que evidente, por ello se pretende aportar información sobre las mismas, desde su aparición hasta su rol actual dentro de la industria de la música.

3.1 PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN

¿De qué forma podría contribuir una editorial musical a la Escuela de Producción Musical de la Universidad Academia de Humanismo Cristiano, bajo el contexto de la llamada Ley del 20%?

3.2 OBJETIVO GENERAL

Reconocer de qué forma podría contribuir una editorial musical a la Escuela de Producción Musical de la Universidad Academia de Humanismo Cristiano - UAHC, bajo el contexto de la llamada Ley del 20%.

3.3 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- 1- Caracterizar la Ley del 20%
- 2- Conocer cómo funciona una editorial musical
- 3- Vincular desde la carrera de producción musical, la Ley del 20% y las características de una editorial musical.

IV. ESTADO ACTUAL DE LAS INVESTIGACIONES

4.1 DESDE LA EDITORIAL LITERARIA A LA EDITORIAL MUSICAL

Una editorial literaria o de libros es la empresa encargada de publicar los textos de los autores que están afiliados con ella, por lo tanto, es lo que una music publisher o editora musical sería para los músicos compositores.

De acuerdo a la Universidad Complutense de Madrid (s/f). La producción editorial es un proceso compuesto de diversos pasos los cuales van desde la creación del libro por parte del autor hasta el consumo de este por parte del lector. En el medio de este proceso se encuentra el editor, quien es la persona que se encarga del proyecto editorial desde la creación hasta la publicación.

El editor debe definir, entender y evaluar las expectativas del lector, de modo que el libro que publique satisfaga todas las necesidades de este. Es decir, el libro publicado debe ofrecer lo que dice que ofrece y servir para satisfacer alguna de las siguientes necesidades o todas ellas: información, formación o entretenimiento. El éxito del proceso de edición de un libro requiere la participación de todos los miembros del equipo editorial: editores, correctores, diseñadores e impresores, pero proporcionar y gestionar los recursos necesarios para ello es responsabilidad del editor. (UCM)

La edición de libros abarca un amplio espectro e incluye todo tipo de libros, ya sean literarios, técnicos, enciclopédicos, de entretenimiento, cómics, informativos, etc. Esta puede tener o no a cargo la distribución de los mismos. Esta actividad mueve actualmente millones de dólares en todo el mundo. Según André Schiffrin (2000), hasta sólo el año 2000, la Biblioteca del Congreso norteamericano tenía censado más de 50.000 editoriales literarias, las cuales publicaban al menos un libro al año. A pesar de esta enorme cantidad, el autor subraya que el 80% de las publicaciones pertenecen a cinco de los grandes grupos que manejan el negocio en ese país.

Esto mismo sucede, como vimos anteriormente en el apartado de las editoriales musicales. Existe una especie de monopolio donde corporaciones multinacionales, al liderar el sector, logran imponer sus catálogos de artistas.

Según Thomas Woll (2003), en su libro "Editar para ganar: estrategias de edición editorial" toda editorial desarrolla su actividad con el fin de crear libros para ser leídos por el público y para que la venta sea rentable. En su libro describe como las labores del editor: leer y evaluar originales determinar la elegibilidad y la coherencia

el texto; determinar el público al que está dirigido el futuro libro; conversar con los autores sobre los cambios del texto; corregir el texto; investigar y redactar distintos tipos de textos; por último, redactar los textos promocionales del libro.

La editorial también recibe el nombre de “casa editora” y su actividad estuvo relacionada, hasta no hace mucho, sólo a la publicación de libros, revistas y periódicos a través de imprentas. En la actualidad, el avance de las nuevas tecnologías permite la existencia de editoriales on demand, es decir que imprimen materiales a pedido o que se limitan a publicar los textos en formato digital. (Salvat, 1985)

La entrega del original, la evaluación por parte de la editorial, la corrección de estilo y la revisión filológica, la diagramación, la composición, la impresión, los acabados, la encuadernación, la puesta a la venta y circulación son concretamente todas las fases del trabajo de una empresa editora. Como se puede ver, comprenden desde el momento en el que el autor presenta su obra ante aquella, hasta que finalmente la misma se encuentra en el mercado y ofrece la posibilidad de que cualquier lector pueda comprarla en librerías y tiendas especializadas.

4.1.1 BREVE HISTORIA DEL LIBRO

“(...) la perdurabilidad del libro como instrumento de conservación del conocimiento está asegurada por su capacidad de adaptación ya demostrada a lo largo de tres mil años. Sin lugar a dudas, se trata de un depositario del pensamiento escrito y un aventurero del espíritu buscador, curioso e inquieto de respuestas que expliquen al ser humano y el mundo que lo rodea.”(Escolar, 2003)

A continuación haremos referencia al proceso de desarrollo del libro, desde sus orígenes hasta llegar a la masificación del mismo por medio de las editoriales.

En un rápido viaje a través de la historia del libro, tendríamos que empezar por hacer referencia a la aparición de la escritura, ya que libro, tomado como documento es todo mensaje fijado en un soporte con la posibilidad de ser transmitido. (USAL, s/f).

El nacimiento del lenguaje vendría a ser como la prehistoria del libro. La cultura oral hace uso de frases cortas y técnicas paralelísticas, para poder transmitir mitos, normas religiosas, códigos morales, historias épicas, leyendas, etc.

Podemos considerar como antecedentes de un libro a las obras hechas en los pictogramas hallados en las pinturas rupestres de nuestros antepasados, los pergaminos, los grabados, las xilografías de obras Chinas (impresión sobre madera), también obras hechas por los copistas o pendolistas, ellos eran personas que se dedicaban a copiar obras y escritos a mano, alguien dictaba a un grupo de ellos y así hacían las copias de los libros de aquellos tiempos, a mediados del Siglo XV. (UNESCO, 1972).

Entre el libro histórico y el libro oral hay una etapa protohistórica, en la que el hombre trata de liberarse de las limitaciones de la comunicación oral, tener cierta permanencia del mensaje, que pudiera ser recordado en el tiempo. De manera que los mensajes se transmitirán a través de objetos o dibujos con un valor significativo. El origen más antiguo nos remonta al paleolítico aparecen los primeros mensajes que probablemente tengan más que ver con un cierto proceso mágico. Pero el arte es un lenguaje elemental y limitado, en comparación con el lenguaje hablado, del que el escrito trata de ser una mera transcripción. (Escolar, 1985).

En un principio los símbolos, dibujos y grabados fueron meros pictogramas, en los que los dibujos equivalían a las palabras que denominaban a los objetos representados. Descubierta la posibilidad de transmitir las palabras por dibujos, el siguiente paso será el empleo de los dibujos como ideogramas para representar palabras que significan ideas abstractas: un ojo puede significar mirar, una estrella el cielo, etc. Lo que va a suponer una mayor riqueza expresiva. Pero requería un elevado número de signos distintos y originaba una gran confusión, junto a la dificultad de ser interpretado por la multitud de significados que podía tener. Mas tarde y con el uso de ideogramas estos se fueron esquematizando, cuyo paso siguiente sería la aparición del fonograma, o sea, la asignación de un valor fonético al dibujo. (USAL, s/f).

Según Escolar (2003), el proceso no fue rápido pero si constante, como podemos ver en la evolución de la escritura cuneiforme, que resulta de gran eficacia al reducir en gran número los ideogramas. Los primeros libros fijados en un soporte material, fueron hallados en Egipto y Mesopotamia, con las primeras tabletas de arcilla de escritura cuneiforme. Este método fue perfeccionado hace más de tres mil años con el alifato, creado por los cananeos, y en el que se transcriben solo las consonantes.

Al principio la escritura fue considerada para meros propósitos administrativos y contables, pero cuando alcanza un nivel de descripción detallado, comienza a usarse con fines religiosos, políticos o literarios. La escritura va a suponer la posibilidad de acceso al conocimiento de un cada vez mayor número de personas, y no sólo unos pocos privilegiados.

Durante la Edad Media, el juglar fue capaz de reproducir obras únicas e irrepetibles basadas en su memorización. Los clérigos servirán de intermediarios entre el libro y el analfabetismo. La escritura, y su celoso contenedor, la biblioteca no van a trascender de los monasterios, dentro de una rigurosa reglamentación en la que se disponían los trabajos de los monjes. *“(...) En el scriptorium se dividía el trabajo según las habilidades y sobre todo la fiabilidad del monje, que en ocasiones manejaban peligrosos tratados dentro de una ideología dedicada a amparar un sistema de valores muy estricto.”* (USAL, s/f).

El monje que se dedicaba a la transcripción era el “amanuense”, para el cual el tiempo no tiene valor, por lo cual hace obras únicas tanto en la forma como en el contenido; auténticas obras de arte; se copia un texto modificado, distorsionado, enriquecido o empobrecido, pero siempre distinto. Este dejaba los correspondientes espacios en blanco para las ilustraciones de miniaturas e iniciales que era hechas por el miniaturista o iluminador.

De acuerdo a la Universidad de Salamanca (s/f), el siglo XII-XIII va a suponer para Europa un lento resurgir de la vida laica, roturaciones, crecimiento de la población, resurgir del comercio y de las ciudades que va a suponer la circunstancia óptima para ver el renacer de la cultura laica, con una secularización y funcionalización del saber. Aparece una nueva figura social la burguesía, cuya culminación del proceso va a ser la aparición de las universidades, Paris, Bolonia, Oxford, Salamanca, etc., que curiosamente nacen al amparo de las más altas instituciones religiosas, concentran a estudiantes y profesores que demandan textos para el aprendizaje. Así empieza a nacer el comercio del libro, con nuevos tipos como los stationari, que eran intermediarios entre el taller de copistas y los estudiantes. Auténticos predecesores de los librerros.

Las universidades forman sus propias bibliotecas, creadas bajo la protección de magnánimos protectores. Consistían en unos pupitres a los que estaban encadenados los libros, y que sólo podían ser consultados por los estudiantes, bajo ciertas reservas.

“Las universidades en última instancia vienen a suponer la racionalidad frente a lo sobrenatural y la democratización del texto ante la eliminación de la arbitraria selección. Además de suponer una tendencia a procurar la fidelidad al original. Siempre tomado con reservas, pues la circulación del libro va a ser muy restringida, ya que a los condicionantes ideológicos se le une el alto costo; aunque los factores últimos se deben más a condiciones superestructurales que económicas. Buena muestra de ellos es que el papel y la imprenta eran ya conocidos, aunque no utilizados.” (USAL, s/f)

4.1.2 LA INTRODUCCION DE LA IMPRENTA

Esta sección del trabajo pretende mostrar la importancia del uso de la tecnología en la difusión del arte, y como el nacimiento de la imprenta impactó en la difusión de las obras musicales escritas en partituras. También como la música se apropia del concepto de editorial y como la difusión que realizan las editoriales contribuyen a una mayor producción musical.

Si bien la imprenta era un artefacto de reproducción existente en China mil años antes de su difusión por Europa (s. II a. C.), el libro impreso, hecho de forma similar a como lo conocemos, surge con la invención de la imprenta de tipos móviles de Johannes Gutenberg en el siglo XVI. Todas las mejoras y tecnologías que surgieron en base a éste y a los sistemas de impresión, han sido para hacer los libros cada vez con mejor calidad, más económicos, rápidos y fáciles de producir. Gutenberg abrió la posibilidad de que cualquier persona tuviera un libro impreso a un costo muy bajo a comparación de tiempos pasados. (Ruiz Acosta, 1998).

Posteriormente, la introducción de las prensas para imprimir utilizando el vapor, llevaron la revolución industrial a la producción de libros, poco después de 1820, así como los nuevos molinos de papel funcionando también a vapor, constituyeron las innovaciones más importantes después del siglo XV. Ambas hicieron bajar, notablemente, los precios de los libros a la vez que aumentaban su tiraje. Muchos elementos bibliográficos, como la posición y formulación de los títulos y de los subtítulos se vieron afectados, también, por esta nueva producción en serie. Finalmente, en 1886 Ottmar Mergenthaler inventa la linotipia, que mecaniza el proceso de composición de un texto para ser impreso. (Ecured, s/f)

Confeccionó moldes en madera para cada una de las letras del alfabeto, y luego los llenó con plomo. En total fueron mas de 150 moldes que imitaban la escritura de

un manuscrito. En realidad era una mezcla con el antiguo método xilográfico, ya que se seguía utilizando para añadir las letras mayúsculas y dibujos en los espacios dejados en blanco. Famosas fueron las Biblias que fueron vendidas a altos cargos del clero y al Vaticano. (Millares, 1986).

Poco después lograría impresión en ambas caras del papel y calendarios. Con este invento la palabra escrita ya no tenía fronteras, como así tampoco las ideas. Libros, ediciones ilustradas, ahora llegaban fácilmente a las multitudes y a menor costo. Lo mismo pasará con las partituras musicales. La imprenta ayudará en la difusión de cultura.

Con la revolución industrial, la llegada de las prensas y máquinas a vapor se adaptaron a la imprenta y a la producción de papel. Esto permitió abaratar los costos de producción de los libros y surgieron las primeras editoriales, pues los dueños de las imprentas vieron la oportunidad de comercializar el material que les proveían los autores. (Ruiz Acosta, 1998).

El advenimiento de las nuevas tecnologías, traerá cambios también a nivel cultural. La producción musical, por su parte, se verá favorecida por las mejoras en cuanto a técnicas de grabación y reproducción sonora, como vimos anteriormente. La música llegará rápidamente a los hogares, expandiendo toda la industria discográfica.

Según Millares (1986), y dando un salto en el tiempo, podemos decir que durante los siglos XIX y XX, y como consecuencia directa de la revolución industrial, el libro alcanzará un desarrollo sin precedentes. Los avances técnicos mejoraron los procesos productivos, los cuales pasaron a ser sistemas mecanizados, rápidos y muy efectivos. Además, el libro dejó de pertenecer a unos pocos privilegiados y pudo llegar a todos los sectores de la población. La universalización de la educación y el esplendor del periodismo, fomentó el interés por la lectura.

En el siglo XX, las máquinas impresoras y encuadernadoras se fueron automatizando gracias a la tecnología informática. La linotipia y monotipia del siglo anterior son sustituidas por la fotocomposición y ésta, a su vez, por la autoedición. La comercialización masiva del libro y los cambios que tuvieron lugar en la empresa editorial, se dieron a raíz de los adelantos en el campo de las artes gráficas, que permitieron el abaratamiento del producto, haciéndolo más accesible; la educación, cada vez más generalizada; y el auge de la cultura en todos los ámbitos sociales. (Ruiz Acosta, 1998).

Durante el mismo siglo, la función del editor se independizó de la del impresor y el librero. Para atender a la gran demanda de libros, aparecieron importantes editoriales que impulsaron nuevas vías y modernos métodos de comercialización y distribución de los libros. Algunos de estos métodos son los clubes del libro, la venta por correo y el libro de bolsillo. Los primeros clubes del libro surgieron en Estados Unidos en la segunda década del siglo XX con el propósito de orientar a sus socios en las lecturas más recomendables. En lo que se refiere a la venta por correo, el editor o el librero, mediante anuncios en prensa, a través de catálogos o utilizando Internet, pone sus libros a disposición del cliente. (USAL, s/f).

En cuanto a Chile, Subercaseaux (2010) habla de una época de oro del libro que sitúa desde 1929 hasta el 50. El cierre de fronteras económicas producto de la crisis restringirá la importación de libros estimulando la producción nacional, esta coyuntura internacional traerá además consigo una importante inyección de recursos humanos y capital cultural principalmente de españoles exiliados y refugiados de la Guerra Civil. Chile se perfilaba ejemplarmente en cuanto a una superación del Estado oligárquico por una política social liderada por los sectores medios con ideas ilustradas. En los años 40 también se apreciará una consolidación de la figura del editor y de la editorial en sentido moderno, cuya actividad, más que la mera impresión de libros, es planificar, crear formatos, colecciones y líneas de producción de libros, creando con ello nuevas comunidades de lectores.

En las dos últimas décadas se forman, por un lado, los conglomerados editoriales internacionales con una lógica principalmente financiera; mientras que por otro lado, hay una profusión notable y quijotesca de editoriales independientes que difícilmente pueden constituirse como industria y que, contra viento y marea, promueven la bibliodiversidad, la expresividad y creatividad que se genera en las distintas capas de nuestra sociedad, manteniendo catálogos de interés crítico y social mucho más allá del lucro. Dentro de estas últimas, Subercaseaux destaca especialmente a LOM por su estrategia político-económica de abordar todos los puntos de la cadena del libro: imprenta propia (y digital), librerías, plasticidad en los canales de venta, red de distribución, y, un equipo editorial.

Si bien hoy se cuenta con una Ley del Libro (Ley 19.227, promulgada el año 1993) que crea un Consejo representado por los actores claves de la cadena del libro y que promueve políticas de fomento a la industria, a la creación y a la lectura; así como la coordinación de instituciones como ProChile para la exportación y de MINEDUC y de la Red de Bibliotecas de la DIBAM, estas son aún insuficientes en cuanto al desarrollo integral del libro y de una sociedad lectora. La producción de libros, según el registro ISBN de la Cámara Chilena del Libro, ha ido en un aumento

de 15 % por año desde la promulgación de la ley. Al mismo tiempo los estudios sobre comprensión lectora son alarmantes en cuanto a la comprensión lectora y el número de lectores. Téngase presente que esto mismo debería suceder con la música desde la implementación de la Ley del 20%, es decir, un aumento progresivo de las producciones musicales nacionales.

Generación tras generación, el libro se irá adaptando a todos los contextos venideros. Incluso sus materiales evolucionarán desde la arcilla hasta el ordenador, y desde la tinta a las descargas por Internet. Lo mismo que presenciamos hoy, en cuanto a música se refiere. Si bien las ventas de discos han decrecido, las descargas por Internet han ido en constante aumento y también las ventas de entradas a recitales y espectáculos en vivo. La música se está adaptando a nuevos tiempos, y las editoriales musicales, a raíz de la nueva ley, tendrán que hacerlo también.

4.1.3 PARTITURAS

Pero aún nos falta hablar sobre la evolución que, desde la creación de la imprenta, sufriría la música escrita. Resulta interesante comprender como la tecnología, y mas precisamente la imprenta se utilizó para la difusión de las partituras musicales. Pues fueron las mismas imprentas quienes vieron una oportunidad de entrar en el comercio de la música escrita. Empezaremos definiendo *partitura* para luego centrarnos en cómo funcionan las editoriales.

Una partitura es un documento que indica, mediante signos de notación musical, qué debe interpretarse y cómo debe hacerse. La palabra “partitura” proviene del italiano y significa “conjunto de piezas o partes.” En idioma inglés se denomina score o music sheet. De acuerdo a Rink (2006), *“una partitura contiene información musical en parte exacta y en parte aproximada, junto con indicaciones sobre cómo puede interpretarse esa información.”*

La partitura consta de varios pentagramas sobre los cuales se inscriben los símbolos musicales. La palabra pentagrama es de origen griego (penta: cinco; grama: escribir). Se trata de cinco líneas horizontales que generan a su vez cuatro espacios, donde se representan, notas, figuras, claves, articulaciones y demás para lograr una correcta interpretación musical.

Las partituras organizan las familias de instrumentos musicales siguiendo una secuencia lógica. A su vez, las familias se subdividen en secciones. Al interior de cada familia, los instrumentos se ordenan de acuerdo a la tesitura, es decir, de agudo a grave (por ejemplo, el piccolo precede a la flauta y el oboe precede al corno inglés). (Rink, 2006).

Al igual que los libros, el medio de impresión de la partitura evolucionó pasando desde el pergamino hasta el papel, y en la actualidad se puede leer en los computadores con la ayuda de un software de lectura e impresión de partituras: Finale y Sibelius, entre otros.

4.1.4 PARTITURAS IMPRESAS

Previo al siglo XV, la música occidental era escrita a mano. La misma era conservada en manuscritos y recopilados en grandes volúmenes. Ejemplo de ello fueron los manuscritos medievales de canto monódico. En el caso del motete, forma de polifonía medieval, las voces eran escritas en partes separadas y con las páginas enfrentadas. Manuscritos con todas las voces en una sola partitura no era algo común, y sólo se utilizaban para representar música para el organum.

UNESCO (s/f) menciona que el primer libro impreso que incluyó música fue el Salterio de Mainz, publicado en la ciudad de Maguncia, Alemania en el 1457. En él la música fue introducida a mano, y fue publicado por Johann Fust y Peter Schöffer. Tiempo después, se lograron imprimir las líneas del pentagrama, pero los escribas eran los encargados de añadir a mano las notas musicales, referencias y demás detalles.

“Desde el punto de vista de su incidencia en el desarrollo del libro impreso, el Salterio de Maguncia, perteneciente a la Biblioteca Nacional de Austria, sólo cede el primer puesto a la Biblia de Gutenberg, ya que es el más antiguo texto impreso con decoración impresa en colores y el primer ejemplo de libro enteramente producido por métodos mecánicos.” (UNESCO, s/f)

En el año 1501, aparecería la primera música totalmente impresa. Se trataba de un compendio de 96 obras musicales contenidas en el Harmonice Musices Odhecaton

publicado por Ottaviano Petrucci, y si bien el método requería de tres impresiones por separado y era algo engorroso, el resultado era una partitura legible y elegante. Recién para 1520 se lograría, en Londres, un método para realizar una partitura mediante una sola impresión, técnica que se usaría durante doscientos años con pocos cambios sustanciales. (Apel, 1969).

La música polifónica del Renacimiento se publicaba en los llamados “cuadernos de música” y donde cada una de las partes se imprimían en cuadernos separados. A pesar de la existencia de esta técnica, las partituras de piezas a varias voces rara vez se imprimían.

Desde que la música pudo ser impresa, su propagación y alcance fue cada vez mayor. Además permitió a los aficionados contar con mas obras para interpretar, lo cual afectaría significativamente a la industria musical. En una cadena lógica, los compositores componían mas y más, y los intérpretes profesionales podían contar mayor material y con una renta mejor, a través de las clases para los aficionados. A pesar de esto, aún había una limitación. El costo de las partituras era aún elevado.

Según Apel (1969), en muchos lugares, el derecho de imprimir la música era concedido únicamente por el monarca y sólo a aquellos con una licencia especial se les permitía hacerlo. Esto suponía a menudo un honor que era otorgado a los músicos favoritos de la corte.

Durante el siglo XIX, toda la industria de la música giraba alrededor de los editores de partituras, quienes además se vieron beneficiados por el auge de la música de salón. Los hogares de clase media contaban con un piano para la interpretación de música, y además era muy bien visto que alguno de los miembros de la familia fuese instruído en cuanto a cultura musical. Esto favoreció a las editoriales, quienes en la clase media encontraron a sus mejores clientes. Pero con la llegada del fonógrafo y sus discos, y con la posterior popularidad de los aparatos de radio en la década de 1920, el comercio editorial se vio seriamente afectado. La industria del disco era quien lideraría el negocio del entretenimiento, irrumpiendo con una fuerza incomparable. Fue precisamente allí cuando los editores vieron en el mercado discográfico la posibilidad de ampliar su negocio. Ahora, se le sumaba la posibilidad, no sólo de vender las partituras de sus artistas, sino también los discos. Sin dudas un negocio con un mercado en constante expansión. (Rink, 2006).

4.1.5 EVOLUCIÓN ACTUAL

A fines del siglo XX y con el auge de la informática, el computador pasó a tener un rol importantísimo en la industria musical. La introducción del sistema MIDI (Music Instrument Digital Interface) permitió que un solo controlador pudiese interpretar diversos instrumentos y además, permitió la conexión de dispositivos portátiles con otros computadores a través de un lenguaje reconocible por ellos.

Además, el mayor interés por aprender lectura musical, produjo que varias empresas desarrollasen software para la edición e impresión de partituras. Desde el programa de notación musical Music Construction Set, de 1984, hasta los DAW (Digital Audio Workstation) actuales, la evolución ha sido impensable. Incluso estos últimos permiten generar una partitura a partir de un archivo MIDI. (Rink, 2006).

Comparable al proyecto Gutenberg y su biblioteca de libros de dominio público, se está desarrollando el Proyecto Mutopia, especie de biblioteca virtual de partituras musicales que puede contener partituras de todos aquellos compositores que quieran compartir sus obras con el mundo, y de forma gratuita. (Mutopiaproject.org, s/f). Sin duda, esto beneficia a los intérpretes y músicos en general quienes ahora disponen de un catálogo amplio de obras para su ejecución. La industria musical, por ende, se ve beneficiada ya que probablemente esto servirá para ampliar el número de producciones musicales a nivel global.

El negocio de la música, actualmente cuenta con una diversidad de formatos que van desde la partitura, pasa por el vinilo, el cd, el blue-ray, hasta llegar al popular Mp3. Y si bien este último ha generado mucha controversia en cuanto al infringimiento de los derechos de autor, ha ayudado a popularizar artistas y estilos nuevos.

Las descargas por Internet son el nuevo formato que las editoriales han aceptado comercializar. Si bien se opusieron al principio, están trabajando en un marco legal para asociarse con sitios como Spotify y Youtube, entre otros, sin perjudicar los derechos de autor de los artistas que forman parte de sus catálogos. El proyecto OMI, iniciativa del Berklee College of Music, tiene como objetivo asociar a tres de las mayores editoriales musicales a escala global y a sitios streaming de descarga y difusión de música, con el objetivo de garantizar una compensación acorde a los compositores, artistas y a los propietarios de los derechos, además de dar mayor credibilidad a la industria de la música. (Grow, 2016).

Como se ha podido ver en este trabajo, el mercado de las editoriales musicales es enorme, pero se concentra principalmente en manos de cuatro grandes firmas multinacionales, quienes deciden gran parte de la música que escuchamos en los medios de comunicación a escala global: Sony-BMG, Universal Music Group, Emi y Times-Warner. ¿Acaso no es esto hegemonismo? ¿Estamos hablando aquí de imposición cultural? Sí. Y es aquí donde la ley 20.810 o Ley del 20% debe demostrar su capacidad para desplazar a estas grandes firmas y darle la oportunidad a los oyentes de escuchar, vivir y sentir música chilena, aunque sea en ese pequeño 20%.

4.2. DISCUSIONES SOBRE LA LEY 20810

“... En otras palabras, el problema de los artistas chilenos no es que la gente no los quiera escuchar o que sus producciones sean peores que las que habitualmente suenan en las radios locales, el problema es que ellos no logran acceder a los espacios de difusión y no están en igualdad de condiciones para competir en un mercado dominado por industrias globalizadas.” (Brodsky, 2014).

La llamada Ley del 20% ha tenido adeptos y detractores, y muchos de los argumentos presentados parecen sensatos por ambos bandos. Es la idea de esta sección presentar a algunos referentes de la música o radiodifusión chilena y sus posturas en cuanto a la normativa.

Entregar un mayor espacio a la música chilena y desarrollar el potencial de la industria nacional. Así podemos resumir la premisa de la Ley 20810, aprobada por el Congreso el 10 de marzo del 2015. Aún así, los empresarios radiales han criticado la ley, ya que dicen sentirse obligados a incorporar las cuotas fijadas, con perjuicio para sus emisoras. La normativa aprobada obliga a las radios a emitir un 20% de canciones de autores o intérpretes nacionales, distribuidas durante su programación diaria, y con prohibición expresa de acumularlas. El incumplimiento es sancionado con una multa de cinco a cincuenta UTM, y en caso de reincidencia, las mismas se duplican. (Biblioteca del Congreso Nacional, 2016).

Según entrevista hecha por Tapia (2014) a Luis Pardo, presidente de la Asociación de Radiodifusores de Chile (Archi), este último sostiene que es vergonzoso que los artistas chilenos deban recurrir a una ley para ser tocados en las emisoras. El gremio

acusa que esta normativa, termina con uno de los valores fundamentales de la radio: la diversidad. En dicha entrevista con t13.cl sentenció que, a su juicio, es una *“mala ley que no cumplirá los defectos deseados (...) ni las expectativas de los músicos”*. Es más, enfatizó que causará un grave daño a la radiodifusión.

Una postura diferente sostiene Christian Quezada, comunicador audiovisual y productor del programa de música chilena “Patria Nueva” de radio “El Sembrador”. *“(…) A mí me parece que los dichos del señor Pardo son vergonzosos. Los intereses de los dueños y programadores de radio limitan la difusión a los artistas chilenos que, históricamente, han carecido de tribuna”*, precisó. (Vaccaro, 2015)

Fue el mismo Congreso quien encargó realizar estudios sobre los porcentajes de música chilena emitido por las radioemisoras. Según la Sociedad Chilena del Derecho de Autor (SCD) para el primer semestre del 2013, la cifra llegaba a un 16,7%. No obstante, esta desciende a un 14,7% si se consideran las repetidoras. José Alberto Valdebenito, propietario de radio Isadora, explicaba al momento de salir la ley, que muchas emisoras tocan más de un 20% de música nacional: *“(…) En nuestro caso superamos ampliamente lo que nos exigirá la ley. Sin embargo, con la nueva normativa tendremos que ser más estrictos con respecto a los músicos a los que daremos cabida”*. (Vaccaro, 2015)

Las radios con programaciones de música “anglo” (anglosajona) tal vez sean las mas perjudicadas con esta ley, pues según Luis Pardo (Archi, Asociación de radiodifusores chilenos) su principal defecto es que *“(…) supone un atentado contra la libertad de elección.”* Por ejemplo la radio Alborada basa mas del 95% de su programación en música anglo. (Tapia, 2014).

Lo que preocupa a la gente de Archi es que con la ley se afecta la diversidad de propuestas programáticas:

“En Chile, existe una diversidad de propuestas programáticas exitosas y las emisoras siguen teniendo altos índices de audiencia. De todos los medios de comunicación, es el más valorado. Esto se verá afectado en aquellas que tienen cierto estilo programático donde la oferta de música chilena es baja, por lo que tendrán un déficit en lo que le ofrecen a su público. Y por eso probablemente perderán sintonía. O tendrán que redefinir su formato y cambiar algo que hoy es patrimonio: la diversidad temática radial.”

“La mayoría de las radios toca más de un 20% de música chilena, lo cual está muy bien. Nosotros nunca hemos estado en contra de la música chilena como pareciera ser la caricatura que surge de esta discusión. Pero en las radios muy específicas, muy segmentadas, que tienen públicos exigentes y en formatos de programación, no

tendrán esa disponibilidad. Hay radios en formato anglo, de adulto contemporáneo, que tienen estilos musicales definidos que no podrán cumplir con ese 20% sin afectar calidad de ese formato.” (Tapia, 2014).

Para evitar perjudicar a las emisoras de este tipo, durante la discusión del proyecto se presentó una indicación para incorporar medidas compensatorias que no desvirtuaran la línea musical de una emisora. “(...) *Desgraciadamente esas medidas fueron desechadas por lo que acá habrá un gran perjuicio*”, explica Luis Pardo. (Tapia, 2014).

Desde el inicio de las discusiones políticas, Archi no estuvo de acuerdo con imponer un porcentaje parejo a todas las radios, debido al deterioro de la variedad programática. Sin embargo rescatan que se descartó el rígido mecanismo de control propuesto al principio.

Luis Pardo, comenta:

“El imponer un porcentaje parejo a todas las radios, sin reconocer la diversidad de la oferta programática, nos parece una mala política. Sin embargo, hemos estado a lo largo de todo el proceso de discusión, tratando de mejorarla. El texto aprobado rechazó algo que siempre nos pareció muy negativo: que es el mecanismo de persecución judicial.” (Tapia, 2014).

Para Archi, el poner a disposición de las radios el catálogo de música nacional de la Sociedad de Gestión Colectiva ha sido un gran avance. Aunque de fondo, les sigue pareciendo una mala ley que no cumplirá los efectos deseados ni con las expectativas de los músicos, que son la integración de nuevos artistas y el cuidado de la identidad nacional, sino que mas bien, va a causar un grave daño a la radiodifusión ya que imponer un porcentaje de cuotas atenta contra la variedad de estilos y la oferta programática radial.

De acuerdo a la mencionada entidad, ninguno de los países donde han funcionado estas políticas públicas -Brasil, Colombia, México o España- ha contemplado la imposición de contenidos sino que tienen iniciativas de fomento en todo lo que es la cadena de creación, producción, y difusión, mediante incentivos tributarios. Los países en los que el 20% ha sido exitoso son muy pocos en el mundo y se dieron especialmente en los 60', donde este medio tenía una influencia muy importante en la cadena discográfica de los artistas. Hoy, las radios compiten con plataformas

tecnológicas. La gente está acostumbrada a buscar la música que quiere, y si se impone en términos musicales no se producirá el efecto (positivo) que buscaba esta ley. En la actualidad, este tipo de métodos, prácticamente no tiene ningún fundamento. (OPC, s/f).

En una entrevista realizada por Radio Universidad de Chile, el musicólogo Juan Pablo González hizo sus reparos al proyecto, diciendo que solo favorece a algunos autores y que "el minuto de fama" de la música chilena se puede agotar por un espacio mínimo. (Alarcón, 2014).

Juan Pablo González ha dedicado gran parte de su trabajo a la música chilena. Así lo reflejan las dos partes de la Historia social de la música popular en Chile, escrita con el historiador Claudio Rolle; el reeditado *En busca de la música chilena*, en colaboración con José Miguel Varas; varios capítulos del reciente *Pensar la música desde América Latina* y una serie de publicaciones y artículos. Sin embargo, el director del Instituto de Música de la UAH y miembro del Consejo de Fomento de la Música Nacional tuvo reparos con el proyecto de ley que busca establecer una cuota obligatoria de 20 por ciento de música chilena en radios. Por ejemplo, se detiene en lo que podría ser el punto de partida de la discusión: ¿qué es la música chilena?

"El concepto se equipara instintivamente con literatura chilena, cine chileno, teatro chileno y artes visuales chilenas. Sin embargo, ahí se establece un corte que tiene que ver con el mundo del arte: una columna del diario o las infografías del metro no son literatura. En cambio, en música chilena puedes tener un canto o una grabación por un antropólogo en Tierra del Fuego, una sinfonía de Gustavo Becerra, una balada de Los Vásquez o a Noche de Brujas. El concepto es así de amplio", argumenta González. (Alarcón, 2014).

Luego está el problema de lo chileno, en una discusión donde ideas como la identidad y lo propio aparecen con frecuencia entre los argumentos: "

González agrega que:

"Hay una mirada más conservadora que vincula la música chilena con lo que se origina acá, como la cueca y la tonada. También hay un concepto más sociológico que tiene que ver con el uso de la música a través del tiempo: se construye identidad en el mundo urbano con músicas de afuera y de las cuales nos apropiamos. Por ejemplo, en

1962 nadie osaría decir que la Nueva Ola era música chilena, pero ahora no hay duda de que ese fenómeno nos identifica y, claro, está dentro de la música chilena.”

En la misma entrevista, el musicólogo destaca que habría que admitir que la ley tiene un alcance más limitado:

“Lo que fomenta realmente son las oportunidades de trabajo y difusión, entonces digamos que es una ley de los músicos chilenos que están activos. Si hablamos de patrimonio e identidad, hay una gran cantidad de músicos que han dejado sus creaciones y no están para defenderlas. Preocupémonos de que el trabajo de los músicos vivos se inserte mejor en los medios, pero digamos las cosas completas. Dejemos de hablar de música chilena como quien habla de literatura chilena.”

Como bien plantea González, la ley fortalece los trabajos de los músicos que están en actividad, ya que favorece la reproducción y difusión de obras realizadas en los últimos tres años, pero no es congruente con una recuperación del patrimonio musical chileno. Tal vez el próximo paso a seguir, sea implementar un plan de recuperación de obras antiguas que sean realmente asimilables como patrimonio cultural nacional.

Los músicos chilenos tuvieron momentos de mayor difusión en las radios. La época de la Nueva Ola fue estelar. Camilo Fernández y otros productores usaron una estrategia muy inteligente, que era grabar el cover. Elvis Presley se conocía por Peter Rock cantando en inglés. Según la ley, eso sería música chilena, entonces tenemos un auge. En los rankings salía, por ejemplo, “Baby I don’t care” y daba lo mismo que la cantara Elvis o Peter Rock. Lo importante era la canción, no la interpretación.

Normativas radiales existen desde los '40. Con el Frente Popular y Pedro Aguirre Cerda hubo una Dirección de Información y Cultura que normaba la difusión de música chilena -léase folclor- en las radios, pero las radios que difundían boleros y chachachá ponían el folclor a las seis de la mañana y cumplían con la cuota de emisión. Esto es precisamente lo que los legisladores intentan evitar al establecer que el 60% de la música chilena programada diariamente debe ser emitida en el horario de mayor audiencia. (Echenique, 2014).

Además de la Nueva Ola, otra apuesta inteligente fue la de Camilo Fernández con el neofolclor. Este aprovechó los movimientos juveniles, los festivales de la canción en colegios y sacó partida de la mayor facilidad para usar guitarras acústicas y bombos

que instrumentos electrónicos de los jóvenes. El boom del neofolclor está asociado a los escasos recursos disponibles.

Actualmente, existen mayores espacios de difusión y mayor cantidad de artistas jóvenes que se identifican con las nuevas tendencias musicales. Desde el hip hop hasta la música electrónica, estos manejan eficazmente los recursos que la tecnología aporta para la producción de música: software, controladores midi, computadores y toda una gama de plug-ins, que incluso favorecen la producción a nivel hogareño. Sólo hace falta descubrir talentos y difundirlos, pues la música está allí.

Según González, hay nuevos géneros redescubiertos por la investigación liderada por la Universidad de Chile, hay como una renovación del folclor en torno a la tonada y la cueca. Aparece la sirilla, el cachimbo, el trote, la resbalosa. Ya no solo es la tonada y cueca de los grupos de huasos de los años 50. Estos nuevos géneros tendrían con la nueva ley la oportunidad de ser difundidos en las radios.

La posición del músico es que el Estado debe premiar antes que castigar. *“Si el Estado castiga, en este país hay empresas que asumen las multas. ¿Qué pasa si las radios que tienen un perfil más anglo asumen las multas y se mantienen sin el 20 por ciento?”* Además, mencionaba que:

“(…) siente que la SCD Sociedad Chilena del derecho de autor, genera una falsa expectativa en los músicos chilenos, especialmente en los que tienen un perfil más independiente y menos tocan en la radio. Ellos piensan que con esta ley sí los van a tocar. No vaya a ser que se difunda un poco más de lo mismo -ya vamos en un promedio de 17 por ciento- y que otras radios asuman el costo y sigan con su línea editorial.” (Alarcón, 2014).

Al mismo tiempo González expresa:

“Mejor que el Estado se ponga diciendo vamos al 30 por ciento. Si llegas a eso te devolvemos el IVA, te damos un bono, hay una cantidad de posibles estímulos. El Consejo de la Cultura por fin está preocupado de los mediadores, porque no sacamos nada con sacar discos Fondart y quedarnos con los mil discos en la casa, pero esto castiga a los mediadores. Se va a enrarecer la frágil relación entre todos los actores si castigamos y puede florecer si premiamos. (...) Hasta hace un tiempo atrás, un pianista que se recibía en el Conservatorio tenía que tocar un porcentaje de música

chilena. Ahora no, lo han cambiado a música chilena y latinoamericana. Otro ejemplo: en la Escuela de Música de la UNAM de México tenían dos cajitas iguales para dejar pedidos, una para libros y partituras en general y otra para música mexicana. El tráfico de pedidos que tiene esa biblioteca es como 50 y 50, para lo cual debes tener las partituras editadas y hacer un trabajo con los músicos muertos, con los cuales acá nadie hace nada. Si no tomamos el toro por las astas y decimos música chilena, repertorio y patrimonio, y trabajamos solo con la gente activa en 2014, ¿quién se hace cargo desde ahora hasta la Colonia? Ahí están los repertorios y tradiciones. En Chile deben haber cuatro o cinco discos que tienen música chilena del siglo XVIII, otros siete del siglo XIX. ¿Dónde están las partituras y libros que te la enseñan? ¿Cómo vas creando esa sensación de que hay una identidad, donde han pasado un montón de cosas que merecen ser conocidas? Si no, empezamos a tener una cultura del momento.”

Resumiendo, podemos mencionar que hay posturas a favor y contra de la Ley. Quienes están a favor son los administradores de radios con una malla en español, y que ya cuentan en su programación con artistas nacionales. Los opositores son aquellos que manejan radios con un catálogo de música anglosajona o clásica, y sienten que incorporar música nacional perjudicaría al estilo de las mismas. Además, probablemente perderían algún que otro beneficio que las editoriales multinacionales les otorgan por difundir el material de sus catálogos.

Si bien los argumentos empleados por las distintas facciones a favor y en contra de la ley pueden sonar válidos, es claro que hay intereses económicos en juego. Las multinacionales sostienen el negocio de la radiodifusión, haciendo aportes monetarios o simplemente aportando material gratuito para su difusión. Un circuito que parece imposible de vencer y frente al cual la nueva ley deberá demostrar que es más fuerte.

Por otro lado debemos destacar que también es lógico el temor de que con esta ley, al darle prioridad a los músicos activos en el último tiempo, fomente una cultura del momento y, en el largo plazo, produzca una pérdida de identidad cultural, como señala González. Pues serán los legisladores quienes constantemente deberán ir supervisando, re-evaluando, y re-editando los incisos de esta ley según las necesidades que vayan surgiendo, como verdaderos custodios del patrimonio de identidad nacional.

4.3 EL ROL DE LA PRODUCCION MUSICAL BAJO LA LEY DE CUOTAS RADIALES: PRODUCCIONES LOCALES VERSUS PRODUCCIONES EXTRANJERAS

Al momento de promulgación de la ley del 20%, la Presidenta Michelle Bachelet aseguró que:

"(...) con esta nueva Ley de Fomento de la Música Nacional ganamos todos. Los artistas, porque sus obras tendrán asegurado un porcentaje de difusión en las radios chilenas, y eso implica una ventaja importante para conectarse con sus auditores, con su público. Las audiencias, porque tendrán una nueva oportunidad para conocer y valorar esas creaciones, en toda su diversidad. Y la industria, porque también esperamos que crezca la producción fonográfica. Y las radios, que sé que tienen reparos, también cosecharán el cariño de un público que reconoce y agradece la difusión de lo nuestro". (Gobierno de Chile, 2015).

De acuerdo a la opinión del músico, compositor y estudiante de Derecho de la Universidad de Chile, Benjamín Walker Echenique (2014), durante muchos años, la disposición del mercado ha significado una mínima difusión de la música nacional a través de radioemisoras a lo largo del país (proporción de 8,5% contra un 91,5% en relación con la música extranjera que se transmite).

Echenique menciona:

"(...) No se debe olvidar que el espectro radioeléctrico, es decir, las ondas electromagnéticas que nos permiten escuchar radio, son de propiedad estatal y está sujeto a concesiones." Además "(...) es de carácter limitado, o sea, podemos tener solo un número determinado de radios emitiendo programación (un poco más de 1200 radios que forman parte del dial en el país). Tal dificultad se convierte en problema si sumamos que el factor que define el contenido es la lógica de mercado de la mano de una serie de prácticas con resultados excluyentes: la publicidad y lobby de las compañías y producciones transnacionales que llegan a las radios terminan por desplazar las producciones locales, que no tienen los recursos para defenderse en tal desigual competencia."

Con la aparición de la ley del 20%, este problema debería de resolverse en el corto plazo, dando cabida a mayor cantidad de producciones locales, y el consiguiente

desplazamiento de producciones extranjeras. Si esta ley se hubiese aprobado tiempo atrás, la industria musical chilena no se hubiese deteriorado tanto. Actualmente, si bien se producen en el país varios discos al año, las producciones son pobres en cuanto a calidad sonora o en cuanto a recursos empleados, si las comparamos con las de las grandes multinacionales. Y si este no es el caso, no tienen la cantidad de publicidad o rotación en las radios debido al trato preferencial con que cuentan las primeras. Los pocos recursos económicos destinados a las mismas y, como parte de ello, la falta de equipamiento tecnológico de punta en los estudios de grabación, hacen que las diferencias sean notorias.

Al respecto, Echenique remarcaba:

“Ya hubo duras consecuencias en el ámbito de la producción musical durante la última década con el abandono de los sellos discográficos más importantes a nivel internacional (Sony Music, Universal, EMI y Warner) que no encontraron rentabilidad en la distribución y producción de música chilena. Los síntomas son claros, y en la medida en que dejamos que sólo sea la música rentable (extranjera) la que acapare todo el espacio de programación, estamos dejando morir a una minoría (música nacional) que de cierta forma representa nuestra identidad y todo aquello que a nosotros nos acontece como país, en la medida en que a través de los distintos géneros musicales que se generan desde lo local logramos expresar tanto sentimientos como puntos comunes que nos ayudan a mirarnos a nosotros mismos.”

Otra vez aquí es notorio la preocupación por la pérdida de identidad cultural. Aunque, sencillamente, la experiencia de países con un actual porcentaje de consumo musical local altísimo demuestra que el problema parte y se soluciona con un tema de difusión. Tanto el gobierno nacional, en la figura de la Presidenta, como Echenique, demuestran profunda preocupación por la identidad cultural chilena.

La ley del 20% es un aliciente para que nuevas producciones musicales se lleven a cabo. Por otra parte las editoriales multinacionales, tendrán la posibilidad de invertir recursos en artistas locales, para ser difundidos en los medios. Esto representa mayor fuente laboral para productores, estudios de grabación, músicos y artistas en general.

Ahora las producciones locales tendrán la posibilidad de ser reproducidas a la par de las internacionales, y será el público quien podrá juzgar la calidad de las mismas. Además, con el transcurso del tiempo, la ley ayudará a reforzar la identidad cultural que tanto se ha visto manipulada durante las últimas tres décadas.

Resumiendo, la ley tiene beneficios tanto para los músicos como para las discográficas y editoriales locales e internacionales. Permitirá ampliar los catálogos musicales, logrará mayor difusión en radios de los artistas locales. Todo esto sin mencionar los ingresos que tendrán los compositores y autores por derechos de autor.

Por otro lado, el caso de Brasil es perfectamente comparable a la situación chilena, aunque en periodos distintos de tiempo. Durante la época de los 50 la situación de Brasil no era muy distinta a nuestra actual contingencia en términos de consumo de música local. Para ese entonces, en Brasil se transmitía en su gran mayoría música importada, especialmente boleros. Enfrentándose a esa realidad, el gobierno tramitó un proyecto de ley que obligaba a las radios a mostrar al menos un 50% de música brasileña (altísimo si miramos el 20% que se quiere instalar aquí). Esta nueva condición obligó a las radios a subir la demanda de música local (había que llenar estos espacios con una cantidad de canciones que no existían en el mercado), lo que condicionó a aumentar el nivel producción (y la cantidad de productores por estímulos tributarios para que los sellos transnacionales invirtieran en producción brasileña) abriendo espacio para un gran número de intérpretes y compositores que encontraron un campo laboral fértil donde mostrar y producir sus creaciones. (Echenique, 2014).

Según Echenique, en esa misma época jóvenes de los barrios cariocas de Copacabana e Ipanema, entre los que están Antonio Carlos Jobim, Vinicius de Moraes y Joao Gilberto, comenzaban a impartir un estilo que se conocería como “el ritmo nuevo” o bossa nova. El enorme espacio de difusión que coincidió con el inicio de este hito musical ayudó a popularizar la música de raíz brasileña a tal punto que la valorización por lo propio desencadenó una apertura a muchos otros estilos musicales e intérpretes que hoy no son sólo estandartes de la cultura de Brasil, si no que son artistas respetados y escuchados en todo el globo. Está demás decir que eso no sólo marcó una valorización en el ámbito musical, ya que Brasil vive del consumo de su propia cultura y eso está a ojos de cualquiera: supieron explotar y valorar un sentido propio de identidad a tal punto que hoy dicha ley esta derogada ya que el porcentaje de música brasileña que se emite en la radios supera la cuota establecida gracias a la demanda de su propia música.

El fenómeno cultural que causó el aumento de difusión no solo es defendible con el caso brasileño (se podría argumentar, claro está, que el nivel demográfico de ese enorme país tiene una ventaja comparativa en relación a Chile para abrir mercados rentables). Las políticas públicas que buscan equilibrar la desigual difusión y proteger los bienes culturales han sido aplicadas con éxito por países como

Uruguay, Argentina, Sudáfrica, Australia, Nigeria, Filipinas (no se exige un porcentaje si no que está la obligación de mostrar cuatro obras de artistas filipinos cada hora), Francia, Canadá, Israel, Jamaica y México (todos exigiendo más que sólo el 20%). En fin, la misma experiencia chilena también nos sirve de ejemplo. ¿Alguien pensaría que de no ser por el mismo tipo de regulación (la ley 19.131 le exigió a los canales un 40% de producción nacional) no tendríamos teleseries y novelas nocturnas en casi todos los canales nacionales? Efectivamente, de no ser por dicha iniciativa sólo escucharíamos acentos venezolanos y mexicanos viniendo de nuestra televisión a la hora de comida. Hoy ya ni siquiera se hace por respetar la medida, si no que se volvió un negocio rentable y pedido por la audiencia. (OPC, s/f).

Resumiendo podemos decir que la abstención por parte del público para escuchar música chilena, es en gran medida producto de la imposición de un modelo hegemónico cultural por parte de las editoriales multinacionales musicales. Ellas han venido decidiendo que se reproduce o no en los medios locales, desplazando a los artistas nacionales y destruyendo la industria local. Como vimos con Echenique, Brasil dió a sus artistas la posibilidad de ser difundidos y ha logrado desarrollar una industria que, más allá de las cifras monetarias, rescata la identidad propia.

Durante todos estos años ha sido evidente la complicidad entre radiodifusores y los grandes sellos discográficos transnacionales. La nueva ley, al dar cabida a los artistas nacionales en las radios, permitirá como consecuencia, expandir la industria musical nacional, respetar la fuente laboral de muchos artistas como así también respetar la identidad cultural chilena.

4.3.1 PREPARANDOSE PARA EL CAMBIO

En un informe de Del Real, A. & Vergara, C. (2015) para La Tercera.com, diario online, los directivos de las principales radios, señalaban que se encontraban en situación de ampliar o modificar sus catálogos para cumplir con los requerimientos de la ley del 20%, sobretodo el que establece que un cuarto de ese porcentaje debe destinarse a composiciones emergentes, es decir, producidas en los últimos tres años. Dicho proceso es mas complicado para las emisoras de perfil anglo, latino o clásico, las que rara vez incluían material local o algún tema chileno.

“No lo tomamos con histeria, sólo nos complica porque nuestro perfil siempre ha sido el de la música en inglés”, cuenta Ignacio Olivares, director musical de radio Infinita, estación emblema del pop anglo de corte adulto y que ha encontrado una salida apelando al jazz de origen nacional, con Angel Parra, Cristián Cuturrufo, Christian Gálvez o la intérprete Camila Meza, aprovechando que la emisión de temas de figuras como Diana Krall o Norah Jones son parte de su oferta diaria. Por otro lado, también planean agregar a músicos locales emergentes que cantan en inglés, como las bandas We are the grand o Coffeehouse, para lucir una coherencia con el estilo de su parrilla y para consumir otro de los puntos de la ley: música nacional es también aquella interpretada por chilenos, independiente del idioma. El resto del día añadirán composiciones de La Ley, Matías Cena o Javiera Mena. (Del Real, A. & Vergara, C., 2015).

De acuerdo a Del Real, Cristian Araya de radio Duna comenta:

“(…)Nuestro problema no es la música chilena, sino que el tipo de sonoridad, que siempre ha sido más fino, basado en un patrón de The Beatles, los Stones y Dylan. Y cuesta encontrar una gran variedad de música local sobre esa base”.

Además, Araya acota que tienen en mente programar composiciones de artistas antes no considerados, como Los Blops, Eduardo Gatti o Kissing Spell.

Como bien menciona Cristian Araya, la sonoridad o calidad de producciones locales han sido inferior a la de las producciones internacionales. Por eso, muchos músicos locales parten al extranjero a grabar su material. Un mayor conocimiento de las técnicas de grabación, mayores y mejor calidad de equipos en los estudios, y profesionales reconocidos de la industria internacional, han servido de garantía para aquellos que han tenido la posibilidad, sobretodo económica, de grabar en el exterior. (Del Real, A. & Vergara, C., 2015).

Una industria musical local, con escaso margen de acción en los medios de difusión, lógicamente no va a contar con los recursos materiales ni financieros para obtener un producto de calidad. Y es allí donde la nueva ley intenta abrir espacios. Iniciando con un porcentaje bajo y obligatorio de radiodifusión para darle a la industria local la posibilidad de generar producciones de mejor calidad. Y dentro de esta cadena lógica, serán necesarios productores musicales con mayores conocimientos y destrezas técnicas comparables a los de las grandes producciones hechas en el extranjero.

El mayor desafío surge para los directivos de radio Beethoven, ya que en cuanto a música docta, existe una producción local limitada. “Ha sido un caldo de cabeza más o menos grande”, ilustra su director, Adolfo Flores, quien además cuenta que, para alcanzar la cuota, recurrirán a grabaciones realizadas por ellos mismos, como algunas temporadas de la Orquesta Sinfónica o presentaciones de grupos de cámara más jóvenes. Otras emisoras con un problema similar, como Imagina o Universo, también cuentan que el proceso de ajuste se trabaja en detalle. “En Universo sumaremos temas coherentes con nuestra parrilla de los 80, como UPA o Emociones Clandestinas”, dice Oscar Pasten, director de la señal. (Del Real, A. & Vergara, C., 2015).

Según la versión online del diario La Tercera, varios meses antes de que se promulgara la nueva ley, algunas radioemisoras decidieron ir adaptando su parrilla en un porcentaje cercano al 20%. “Empezamos hace meses, la idea es que sea un paso natural”, subraya Pablo Márquez, director de Play y Sonar. Además, ellos han optado por otra lógica: en vez de sumar nuevos créditos a los que la audiencia no está acostumbrada, se inclinaron por ampliar el catálogo de artistas que suenan con frecuencia, como Francisca Valenzuela, Los Tres o Los Prisioneros. (Del Real, A. & Vergara, C., 2015).

Más allá de los nombres, el nuevo reglamento ha decantado en un crecimiento lógico del catálogo nacional en la FM. Natalia del Campo, directora de radio Paula, cuenta que hoy la señal aumentó en un 30% el material del país en su repertorio. En Tiempo o Rock and Pop aspiran a tener un piso de cerca de 200 canciones chilenas, lo que garantiza una rotación variada. Otras lucen números más moderados, ya que poseen programas durante el día: por ejemplo, Sonar emite un total de 320 tracks por jornada y sólo 62 de ellas serán de factura nacional. Finalmente, están las que desde hace años cumplen con el 20% y no harán modificaciones, como Cooperativa, Carolina, Romántica o Usach. (Del Real, A. & Vergara, C., 2015).

Como consecuencia de la Ley del 20%, las editoriales transnacionales se verán obligadas a salir a buscar nuevos artistas de origen chileno para poder ampliar sus catálogos. Además y en referencia a las discusiones de sonoridad, deberán mejorar la calidad de las producciones locales para poder ser difundidas a la par de sus artistas ya consagrados internacionalmente.

En cuanto a las radiodifusoras con repertorio de origen anglo o clásico, como radio Beethoven, consideramos que deberían dar la oportunidad para que el público conozca las producciones locales.

Finalmente, las palabras de la Presidenta Bachelet son muy ciertas, pues con esta ley un gran espectro de gente de la industria musical se está viendo beneficiada. Es momento de que artistas y productores nos unamos para lograr producciones de mejor calidad para demostrar a los oyentes que la música nacional es tan buena como la importada.

4.3.2 A MAS DE UN AÑO DE LA LEY

A más de un año de la aprobación de la ley, una reciente encuesta arrojó que los auditores aún no están conformes con la cantidad de artistas chilenos que suenan en las radios y revelan que están deseosos de contar con más artistas locales sonando en ellas. Según un estudio realizado por la consultora GfK , y por encargo de la SCD, *“(...) el 78% de los chilenos considera que las radios tocan poca música chilena, y que el 80% quisiera que se programara más del 20%.”* El estudio pretendió arrojar luz sobre la percepción pública y reveló que “el 52% de los encuestados percibe que ha habido un aumento en la rotación de música nacional, mientras que el 45% cree que hoy está mejor que antes.” (El mostrador, 2016).

Además, el 69% de los encuestados afirma conocer la ley y el 56% declara que le ha permitido escuchar a nuevos artistas chilenos. En tanto, el 89,8% estima que efectivamente es una herramienta que le permite a la gente conocer nueva música, mientras que el 82,7% considera que la norma es un aporte al desarrollo cultural y el 78,7% que es beneficiosa para las radios, ya que ayuda a refrescar la programación (77,1%). Para el estudio se encuestaron a 1.000 personas, entre hombres y mujeres desde los 18 años en adelante, de los grupos C1, C2, C3, D/E, residentes de la ciudad de Santiago y principales ciudades del norte, centro y sur de Chile.

El Presidente de la Sociedad Chilena del Derecho de Autor, Álvaro Scaramelli, señalaba durante la presentación del estudio que *“(...) hace un año que esta ley se despachó y entró en vigencia y en este último tiempo estamos notando que la música chilena se está moviendo. Creemos que la norma del 20% es parte de ese movimiento y es positiva para la industria, como siempre lo estimamos”*, puntualizó. (El mostrador, 2016).

A modo de ejemplo, Scaramelli citó algunos datos: en 2015 se registraron 6.747 nuevas canciones nacionales en SCD, se publicaron 978 discos chilenos y los Premios Pulsar recibieron 700 postulaciones, con especial interés en la categoría Artista Revelación, la que recibió más nombres. En tanto, el 73% de los conciertos realizados en el 2015 fueron de músicos chilenos y se realizaron 19.667 descargas de música nacional a través de PortalDisc, siendo los géneros folclor e infantil los más descargados.

Como bien lo resume el presidente de la SCD, material para difusión no escasea. Además, la ley está permitiendo una mayor audiencia para los artistas locales, lo cual se ve reflejado en las premiaciones, el incremento en los conciertos realizados y un mayor número de descargas por Internet. La ley está dando frutos, y es el resultado del esfuerzo de un movimiento que viene pujando por el reconocimiento de los artistas nacionales y su música.

De acuerdo a Cristián Antoncich Velasco (2015), Licenciado en Ciencias y Artes Musicales, PUCV, Compositor y Productor Musical, Director Carreras Ingeniería en Sonido y Tecnología en Sonido, Sede Viña de Mar Duoc UC, ese discutido 20% no asegura ni calidad musical ni variedad de intérpretes.

Al respecto, Velasco comenta:

"(...) La cuota dentro de ese 20% se daría por el interés comercial que tengan los sellos discográficos, de poner a sus artistas más "rentables" en la parrilla programática (pagando por ello a las emisoras) y en menor medida por la aprobación popular del músico. Es decir, la música como un producto de consumo sujeto a las leyes del mercado. Pero si tratamos las obras musicales como productos comerciales, seamos consecuentes y lancemos nuestros "productos" a la pelea en la arena del mercado, y eso significa: en igualdad de condiciones. Nada de cuotas o porcentajes."

"Con un 20% asegurado dentro de la programación se caerá rápidamente en rellenar con cualquier cosa que sea hecha en Chile para cumplir con la cuota. Y se echará mano de lo más trillado y probado. Por lo tanto no beneficiará a los músicos emergentes ni a los sellos independientes, que tienen con esta ley sólo un cuarto de ese 20%. Yo apuesto por continuar en la mejora de la calidad en la creación y la producción musical. Yo propongo algo mucho más interesante (¿o más ingenuo?) a mis colegas músicos y a los productores musicales:

Ganémonos ese espacio dentro de la programación con música chilena bien producida y de calidad. Revisemos y mejoremos los fondos concursables para que incentiven y financien no sólo la creación de calidad, sino también al creador y al productor de calidad. Revisemos y mejoremos el nivel de la educación musical en la educación

básica y media. Y, finalmente, pongamos nuestros esfuerzos en desarrollar y aprovechar nuevos canales para llegar al público, porque si bien es un medio masivo, la radio no es el único canal.” (Velasco, 2015).

Según la SCD (s/f), en el portal “masmusicachilena.cl” declara:

“Creemos que al igual que la ley que obliga a los canales de TV a emitir un 40% de programas realizados en Chile ha ayudado enormemente a la industria asociada a la TV, de la misma manera nos permitirá generar mayores espacios de participación para los músicos chilenos en las diferentes radioemisoras del país, fomentando y desarrollando la industria musical chilena.”

Como expresa Velasco (2015), el gobierno debe echar mano a mecanismos que certifiquen, no sólo que se cumplan las cuotas de radiodifusión establecidas, sino también la calidad de las producciones. Caso contrario, se puede caer en la tendencia a rellenar las parrillas programáticas con cualquier artista o producción de bajo costo o de baja calidad sonora e incluso compositiva. La búsqueda de una estética sonora superior debe ser prioridad dentro de este margen de acción que el gobierno le está otorgando a la industria musical nacional.

Respondiendo sobre cuales son los beneficios de la ley, SCD (s/f) comenta:

“Más presencia de música chilena en las radios generaría una cadena virtuosa de crecimiento en torno a la industria musical. Una de las consecuencias que ha tenido en otros países en los que las cuotas se han aplicado, es el crecimiento de la producción discográfica, por ende de los conciertos en vivo, de las giras, y –en definitiva- de la calidad de la música local.”

Además “(...) parece ingenuo sostener que las radios difunden lo que la gente quiere escuchar, en un contexto en el que cuatro trasnacionales (Sony-BMG, Universal Music Group, Emi y Times-Warner) ejercen una enorme presión para que las radioemisoras locales programen a sus artistas, lo que determina que el 70% de la música que escuchamos en la radio pertenezca a esos sellos. Al momento de programar la radio ya está pre determinando lo que la gente escucha, por lo tanto la afirmación de que las radios transmiten lo que la gente quiere es totalmente falaz.”

Existe suficiente producción en Chile como para programar mucho más del 20% en las radios. *“En Chile se editan cada año alrededor de 900 álbumes de música. Las radios podrían escoger entre un repertorio de 106 mil canciones, de géneros tan disímiles como la cumbia, el hip-hop, el rock, la música docta o folclórica.”* (SCD, s/f)

Desde hace varios años que la cantidad de producciones discográficas en Chile vienen en aumento. El estudio de la SCD lo comprueba. Esto demuestra que no habría ningún inconveniente para que las radiodifusoras cumplan a cabalidad con la cuota exigida del 20% de música nacional.

Al mismo tiempo, la Universidad Academia de Humanismo Cristiano también cuenta con producciones propias que podrían, por qué no, formar parte de las parrillas radiales, apoyando, difundiendo y promocionando los artistas que forman parte de ella.

Es cierto, muchos podrán objetar que se les está obligando a difundir música chilena y que en muchos casos, esta música no coincide con las parrillas o estilos de las radios. Pero, ¿no creen que nuestra cultura es importante? Además, hay numerosos artistas con cientos de propuestas diferentes, alguna de ellas seguramente calzará. Solo es cuestión de voluntad. Si se quiere... se puede. Estamos hablando de sólo un 20% y no de un cambio radical. Y así como las radios acostumbraron a las audiencias a escuchar la música extranjera, también acostumbrarán y enseñarán a apreciar la música local.

V. POSICIONAMIENTO TEÓRICO

5.1 EL ARTE Y LA PRODUCCIÓN MUSICAL

Esta sección pretende definir arte e indagar sobre cuál es el fin último de una obra o producción musical.

Primeramente partiremos por definir qué es arte. La palabra deriva del latín *ars*, *artis*, y éste del griego *téchnē* que significa técnica, aplicado a toda producción realizada por el hombre. De esa manera, y bajo esta definición, tanto el orfebre, el herrero, el carpintero, el pintor, el poeta, entre otros, eran artistas. Con el tiempo la derivación latina (*ars* -> arte) se utilizó para designar a las disciplinas relacionadas con las artes de lo estético y lo emotivo; y la derivación griega (*téchnē* -> técnica), para aquellas disciplinas que tienen que ver con las producciones intelectuales y de artículos de uso. En la actualidad, es difícil encontrar que ambos términos (arte y técnica) se confundan o utilicen como sinónimos. (Salvat, 1985).

Hasta la actualidad no se ha llegado a un consenso entre los investigadores e historiadores sobre una definición concreta de arte, y esto es entendible si tenemos en cuenta que el arte es subjetivo e incluso discutible.

Castro (2005), en su intento de dar una respuesta a qué es arte, consulta fuentes de origen anglosajón, donde comprueba que aceptar otras manifestaciones estéticas, en teoría ajenas al arte, no es inapropiado. El autor plantea que *"(...) aceptar esto no es expandir indebidamente el concepto de arte, sino subrayar que la noción de arte siempre ha sido más amplia que la determinada estrechamente por la idea de Bellas Artes, bajo cuya influencia el canon occidental se ha atrofiado."*

Lo mismo opina Ernst Fischer (1963), pues para el pensador austríaco, el arte va mutando junto con el tiempo y la historia, a la que pertenece y representa. El hombre, para superar su individualidad, debe apropiarse de otras experiencias, para lo cual el arte es indispensable. Para el autor el arte tiene una función social:

El hombre "... quiere, con el arte, unir su yo limitado a una existencia comunitaria; quiere convertir en social su individualidad." "... el arte es el medio indispensable para esta fusión del individuo con el todo. Refleja su infinita capacidad de asociarse a los demás, de compartir las experiencias y las ideas." (Fischer, 1963)

Fischer (1963) al igual que Castro (2005), expanden el concepto de arte. Castro amplía el concepto de arte al incluir nuevas manifestaciones estéticas, mientras que Fischer toma esto pero va más allá, al decir que el arte es una herramienta para superar la individualidad y llegar a cumplir una función social.

A diferencia del concepto ampliado de arte que proponen Fischer y Castro, Occidente se ha caracterizado por imponer un concepto de arte y de estética muy acotado y servil a sus industrias. Sin embargo, como bien lo demostró Duchamp (1917), el concepto de lo bello e incluso del arte es mucho más amplio de lo que nos han hecho creer. Incluso en nuestras universidades no se enseña ni siquiera una mínima parte de la música oriental, por ejemplo.

En cuanto a la finalidad del arte, comenzaremos deduciendo la palabra finalidad. Según el Diccionario de la Real Academia Española (s/f), fin significa *“fin con que o por que se hace algo.”* Y es que son los artistas quienes persiguen algún fin al realizar su obra de arte, aunque muchas veces este sea negado o incluso inconsciente.

Podemos decir que así como hay gran variedad de artistas, también hay variedad de finalidades: expresar sentimientos, propiciar la comunicación, buscar el hallazgo de una estética, el deleite, e incluso la transmutación de la realidad.

Al respecto, Orozco (2014) agrega:

“cuando perseguimos concretar una respuesta coherente a ¿cuál es el fin por el que se hace arte?, no se puede soslayar la importancia de los ojos que admiran un cuadro, ni tampoco de los oídos que gozan de la música de una orquesta sinfónica, porque en estos individuos existe un bagaje intelectual, espiritual o simplemente social que sus sentidos estimulan al enfrentarse al arte.” “(...) hay tantas finalidades también como personas que contemplan (o contemplaron o contemplarán) la obra de arte, pues son estas quienes cierran el círculo, los destinatarios finales, abriendo un universo prácticamente infinito poblado por sus propias reacciones sentimentales e interpretaciones subjetivas.”

Considerando lo que plantea Orozco (2014), es el artista quien hace un aporte con su obra, y ese aporte no es tanto para él sino para con los demás. Si bien el hecho de crear puede suscitar un placer o una emoción en el creador, o más aún ser la expresión de deseos y sentimientos internos, el destinatario final es el público, y es a

ese público a quien se debe conmover, deleitar, o al menos producir alguna emoción. En el caso de la música, la idea es deleitarlo auditivamente.

El político y escritor latino Casiodoro, destacaba del arte su aspecto productivo y conforme a reglas, y además señalaba claramente sus tres objetivos principales: enseñar (doceat), conmover (moveat) y complacer (delectet). (Salvat, 1985).

Arthur Schopenhauer (2009) dedicó el tercer tomo de su libro de *El mundo como voluntad y representación* a la teoría del arte: “*el arte es una vía para escapar del estado de infelicidad propio del hombre.*” Identificó conocimiento con creación artística, que es la forma más profunda de conocimiento. Según el autor, “(...) *El arte es la reconciliación entre voluntad y conciencia, entre objeto y sujeto, alcanzando un estado de contemplación, de felicidad.*” Entonces podríamos decir que tanto quien hace arte como quien lo contempla, pueden alcanzar la felicidad a través de este. Este sería el fin último del arte, como también podría ser el fin último de todo hombre: alcanzar la felicidad.

Entendiendo a Schopenhauer (2009), el hombre, infeliz por naturaleza, busca la felicidad fuera de este mundo. Es consciente de que puede alcanzarla a través del arte, y asimismo quien lo contempla es susceptible de lograrla. Por lo tanto, el artista, ya que procura brindar placer, deleite y felicidad a través de sus obras, es un ser amoroso, al igual que Dios. Entonces podemos ver a Dios como un artista también, y a toda su creación como una obra de arte que aporta felicidad.

Schopenhauer (2009) tiene una visión totalmente individualista acerca del concepto y finalidad del arte, mientras que para Fischer (1963) el individualismo debe ser superado a través de la función social del arte.

En cuanto al público, en siglos anteriores, el arte era un círculo cerrado al que sólo tenían acceso las clases más favorecidas, que eran las que encargaban y adquirirían obras de arte. Sin embargo, desde la apertura de los primeros museos públicos en el siglo XVIII, la participación del público en general en la apreciación del arte ha sido cada vez mayor, favorecida sobre todo por el aumento de medios de comunicación de masas (prensa, libros, revistas y, más recientemente, medios digitales e Internet). Asimismo, las nuevas corrientes artísticas, sobre todo desde pasada la Segunda Guerra Mundial, han favorecido la participación del público en la propia génesis del hecho artístico, a través de acciones artísticas como los happenings y las performances.

Se entiende que el productor musical produce música, produce arte, para alcanzar un público masivo. En palabras de Casiodoro (1985), busca relacionarse con el mundo produciendo arte y a través de él. Y como lo anticipa Schopenhauer (2009) logrará ser feliz cuando su obra transmita felicidad al público, su destinatario final.

Asimismo, dentro de todo el contexto creativo que existe al interior de una Universidad, una editorial musical pasaría a ser el nexo entre el artista y el público. Y además de tener la función de resguardar las obras de los jóvenes artistas al interior de la misma, una especie de biblioteca dando testimonio del paso de los artistas y su evolución, tendría una función social aportando felicidad a la comunidad.

Retomando la definición inicial de arte, podemos decir que ser productor musical es un oficio, para lo cual es necesario tener conocimientos técnicos, tales como física del sonido, acústica, procesos de grabación, de edición, y por supuesto el importante aspecto teórico musical. Por decantación, producir música es también un arte.

En síntesis, tenemos al productor musical: el artista, y su producción: la obra de arte. Pero se necesita del público para cerrar el círculo. Se necesitan oídos para deleitar, conmover, complacer, en palabras de Casiodoro (1985). Y es que el arte es una forma de relacionarse con el mundo, y ese mundo es el público, el destinatario final.

El siglo XXI, ha brindado una amplia gama de plataformas, que pueden ayudar a llevar la música a rincones antes impensados. Desde youtube hasta Spotify o Soundcloud, los músicos cuentan con muchos recursos que sirven para la difusión, e incluso las redes sociales son un nexo para viralizar las obras. Las limitaciones de acceso a las obras, son parte del siglo pasado. En el siglo XXI comunicar es la clave del éxito e incluso este puede ser entendido como una finalidad más del arte.

Una editorial musical debe proyectarse en las plataformas y medios de comunicación, dando a conocer el catálogo de artistas que contiene, y dando testimonio temporal de la calidad de sus obras, claro está, con el fin último de transmitir y ampliar el concepto de arte, y en palabras de Schopenhauer (2009), transmitir felicidad. Además de cumplir una función social, superando individualidades, como bien lo plantea Fischer (1963). En este sentido, una editorial musical en la actualidad y bajo el contexto de la Ley del 20%, podría ofrecer a la sociedad una variedad de artistas y obras para ser difundidas en las radios. Mas aún, cada centro cultural, universidad o entidad en la que se produzca arte, tiene la posibilidad de contribuir a ampliar el horizonte cultural local, promover artistas y obras y por último transmitir felicidad a su entorno.

5.2 GLOBALIZACION Y CULTURA

“La Globalización es un término mágico que todo lo explica, todo lo justifica y además sirve para aliviar las cargas de conciencia (de haberlas) entre las convicciones personales respecto a la lealtad a la nación y la subasta de la misma.” (John Saxe-Fernández, 1999)

La Globalización posee una perspectiva socio-cultural amplia y no debe ser reducida al ámbito de la economía y mucho menos a la esfera exclusiva de los Estados. La sociedad actual no ha podido escapar de los procesos globalizantes. La estandarización de modas y gustos acerca del consumo forma parte del proceso de Globalización. La exportación del *American style of life* es una realidad que igual se observa en Asia, Latinoamérica, África o Europa. (Gonzalez Uresti, 2000).

La Globalización tiene incidencia directa en los esquemas culturales. Propicia un replanteamiento de morales, símbolos y valores, llevando a una pérdida paulatina de identidad cultural e insertando una transculturización que socaba las bases sobre las que están construidas las sociedades.

La cultura pop del consumo y desecho, implantada por el sistema capitalista, desplaza hasta las más arraigadas costumbres locales. Nuevos productos que van desde el rock y otros estilos musicales, hasta la Coca-Cola y la comida rápida, penetran en las sociedades generando hábitos novedosos de consumo, y arrasando con las costumbres de los pueblos en post de una cultura hegemónica.

La globalización ha sido puesta al servicio del hegemonismo que pretende instaurar Estados Unidos. Ya no basta con el hegemonismo económico, se busca alterar los sistemas culturales locales para instaurar otro al servicio de su maquinaria industrial. La música, quizás el medio de mayor transmisión en cuanto a contenidos ideológicos, al igual que el cine, ha sido tomada como herramienta eficaz para la imposición de una cultura universal. Este mecanismo desmerece y silencia a los artistas nacionales, destruyendo la industria cultural al interior de cada Estado.

Al igual que otros productos de consumo, el imperialismo tiene la receta precisa para fabricar música de consumo rápido: usa el inglés por ser el idioma universal, melodías pegadizas y de fácil retención, apela constantemente al sexo como gancho, y posee una diversidad de artistas con despliegues y shows impresionantes. Contra todo este despliegue descomunal es que la música nacional deberá competir.

Por ello, y bajo la presión de artistas y referentes de la música nacional, el Congreso chileno dió sanción a la ley 20810, con el objetivo de salvaguardar los intereses de la cultura chilena y la identidad nacional. La llamada Ley del 20% constituye una herramienta para apaciguar la presión hegemónica de las grandes multinacionales, quienes actúan como una clase dominante, en palabras de Gramsci (2004), a quien referimos a continuación.

5.2.1 HEGEMONISMO CULTURAL

Aquí será necesario definir la palabra “*hegemonismo*”. La misma proviene del griego *hegemon*, y significa predominio. En cuanto a política se refiere, tiene dos acepciones principales. La primera señala como la clase social dominante de un país subordina a la clase dominada, imponiendo no sólo su autoridad sino también sus conceptos ideológicos. La pugna por esta hegemonía produce la lucha de clases, según el marxismo. El ideólogo italiano Antonio Gramsci inició el uso de ese concepto para referirse a la dominación ideológica de la clase prevaleciente (Kanoussi, 2004).

El segundo significado tiene relación con el orden internacional, pues se llamó hegemonismo a la acción imperialista desplegada por la Unión Soviética sobre sus países satélites y sobre su zona de influencia geopolítica durante la Guerra Fría, con características expansivas y dominantes similares a las del imperialismo tradicional. El hegemonismo, versión imperialista del capitalismo de Estado, propició la conquista territorial y de mercados, la imposición cultural, la intervención militar, la explotación y expropiación de los recursos naturales, y finalmente la dominación de los países subyugados. Se adjudicó el derecho de intervenir en los asuntos domésticos de otros Estados, obstaculizando la libre determinación de los pueblos (Chomsky, 2004).

Gramsci explica como una sociedad aparentemente libre y diversa en cuanto a lo cultural, es dominada por una de sus clases sociales, tergiversando valores y creencias, y nombrando otros como universales. (Kanoussi, 2004). Esto mismo era lo que estaba sucediendo en Chile antes de la promulgación de la Ley del 20%. Teníamos a una clase dominante, es decir, las multinacionales musicales, imponiendo a la sociedad chilena, sus artistas y productos musicales. Pues nos han hecho creer por más de medio siglo que la única verdad cultural, o al menos la

mejor, es la propuesta por el capitalismo norteamericano junto con su estrecha visión de la cultura. Un ejemplo de ello es que durante la época de dictadura, sólo se podía escuchar música en idioma inglés o instrumental. Había mucha presión para silenciar a los artistas y sus críticas al sistema impuesto por la dictadura. El hegemonismo cultural se sirvió de este pasaje de la historia para imponerse y quedarse hasta el día de hoy.

Asimismo, Jürgen Habermas (1981) ve en la cultura a un poderoso aliado del hegemonismo, al decir que la cultura es un poderoso inmovilizador de la capacidad re-inventiva de los pueblos. Asimismo, Ricardo Carpani (1961) lo confirma y señala que unificar culturas, cuando las realidades de cada pueblo son distintas no tiene razón de ser:

“Si consideramos el arte como producto de una determinada realidad y comparamos entre sí las realidades latinoamericana y norteamericana, veremos que no existe razón alguna que justifique esta pretendida unidad artística. Ambas realidades no sólo son distintas sino incluso antagónicas, y este antagonismo, necesariamente, ha de reflejarse en los contenidos de la obra de arte.”

Esto es claro. El hecho de imponer un concepto determinado de arte, y una estética determinada, hace pensar al pueblo y a sus artistas, que ese es el único arte válido. Esto atenta contra la libertad expresiva de los artistas, quienes al tener conceptos distintos, propios de la cultura local, aparecen desmerecidos, mirados en menos, e incluso terminan siendo menospreciados por sus propias sociedades. Y es allí donde la Ley del 20% debería jugar un rol central y abrir puertas a los artistas locales, especialmente a los no consagrados.

Además, la imposición de un modelo cultural no tiene razón de ser. Y es que como bien lo señala Carpani (1961), la realidad norteamericana es muy diferente a la latinoamericana.

En la globalización, el problema se radicaliza aún más de lo que plantea Carpani. El Mercado adopta una postura determinante, y abiertamente expresa su fé en el capitalismo como la única manera de desarrollo posible para la especie humana. Por su parte, Noam Chomsky (2004) nos advierte que en este sistema hegemónico cultural, una minoría privilegiada controla a la mayoría subordinada, a través de la desregulación del mercado y un proyecto cultural hegemónico con pretensiones globales. Esto queda muy ejemplificado si analizamos quienes lideran las ventas en el mercado del entretenimiento y de la música en general. Hollywood lidera con sus

mega producciones el mercado cinematográfico y las cuatro editoriales mencionadas en su apartado lideran el mercado musical a escala global.

Carpani (1961) , al igual que Chomsky (2004) considera que la verdadera intención es lograr el “colonialismo” cultural, mientras se habla abiertamente de “arte americano”:

“De ahí que resultaría absurdo oír hablar de «arte americano», involucrando en este concepto a las dos Américas y estableciendo coincidencias donde sólo existen discrepancias, si no supiéramos cuáles son los verdaderos fines perseguidos con este enfoque de la cuestión: colonialismo cultural y artístico paralelo al colonialismo económico y político.”

Por otro lado, Jesús Martín Barbero (1987), doctor en filosofía y experto en cultura y medios de comunicación, hace un estudio de la cultura de masa, partiendo del concepto de hegemonía de Gramsci, es decir, como un problema de medios basado en un positivismo tecnologista y, la degradación de la cultura en medio del etnocentrismo culturalista; ambos con influencia de tres grandes actores: el mercado, el Estado y la cultura nacional. Todo ello lo llevó a reflexionar acerca de un cambio en el concepto de “masas”.

El desvanecimiento de la cultura popular es uno de los síntomas post Revolución Francesa. Pues después de la misma, los gobiernos se encargaron de la centralización y la unificación cultural, lo que daría como resultado el desvanecimiento de la cultura popular. Barbero (1987) afirma que el arte no sólo significa transmisión de la ideología dominante, sino que también existen elementos que lo llevan a las clases populares debido a que la hegemonía se beneficia de la circulación cultural, aunque esto no significa una ruptura en la diferenciación de clases por medio de la cultura.

En su libro “De los medios a las mediaciones: Comunicación, cultura y hegemonía”, Barbero (1987) narra cómo se fue generando la transfiguración de las masas, en plural, a la masa, en singular. El autor sugiere que esta situación se dió en gran parte debido a la disolución de la idea de masa por la de clase con la que se configura el pensamiento de la cultura de la masa, ello producido por la acción revolucionaria que llevó a actores no burgueses a la esfera pública y en donde se tienen que encubrir las diferencias en pro de la hegemonía. La incorporación de las clases populares a la vida cultural se da gracias al relato, que con la innovación de la imprenta se termina produciendo masivamente el folletín, que si bien es diseñado y

promovido por empresarios, su base popular se encuentra en las mismas historias que son capaces de remitir a lo cotidiano.

Por último, Martín Barbero (1987), señala que no es posible sólo pensar como “la cultura de masas” aquello que pasa en los medios de comunicación, sino que hay que entender que la cultura ahí promovida también es un espacio estratégico de la lucha de clases, en otras palabras, ver a los medios no sólo por su lógica comercial sino como parte de la transformación social.

La masificación mediática, como señala el autor, comienza en los años veinte con la promulgación de la idea de Estados Unidos por confirmarse como un imperio, lo que se ve apoyado por la vocación industrial de este país que ayuda a “educar” a las masas en el consumo por medio de la publicidad y la persuasión. Esta situación se ve incrementada por la creación e inversión en medios como la prensa, el comic y el cine, y en cuanto a la música, a través de las cuatro principales editoriales que mencionamos en el capítulo correspondiente.

El imperialismo estadounidense y su cultura hegemónica debe ser controlado. Probablemente no pueda ser destronado de raíz pero una mayor participación de las propuestas locales en las carteleras de espectáculos, radios y medios en general, además de reivindicar la cultura nacional, beneficiaría a toda la industria del entretenimiento.

La llamada Ley del 20% es sin dudas, un gran avance contra la imposición de contenidos culturales extranjeros, provenientes de un Estados Unidos con pretensiones hegemónicas. Pero este es sólo el comienzo. Pues debería ocurrir lo mismo en otros ámbitos de las artes, tales como la danza, el teatro, la pintura y sobretodo en el cine.

Como bien lo plantean Gramsci (2004), Carpani (1961) y Habermas (1981), la cultura ha sido una poderosa herramienta para el avance del hegemonismo cultural norteamericano. El mismo que ha sido impuesto por unas pocas multinacionales y fomentado por los diversos medios de comunicación en estrecha complicidad con ellas. De acuerdo a Barbero este proceso se viene gestando desde los años 20, con las multinacionales que lideran todos los sectores masivos de comunicación. Por su parte Chomsky confirma estos datos, y mas aún, afirma que esta minoría, es decir las multinacionales, además de controlar el mercado, poseen un claro proyecto cultural hegemónico con pretensiones a escala global, acorde a los lineamientos del gobierno norteamericano.

Si lo pensamos a conciencia, un 20% adicional de reproducción de música chilena, no es mucho. Considerando que este porcentaje debe irse ampliando a medida que el público lo vaya solicitando. Para ello, el gobierno tiene diversos mecanismos de consulta popular que le pueden ir advirtiendo sobre la necesidad de una mayor o menor cantidad de música chilena a difundir.

Lo que se intenta con este tipo de leyes, tanto en Chile como en otros países es preservar el arte local, lo mismo que se pretende con este trabajo: valorizar el arte al interior de la Universidad, preservarlo y darlo a conocer al mundo a través de una editorial musical. Esta institución, de ser creada, velaría no sólo por la integridad de dichas obras, sino también por los derechos de sus autores, y sería una herramienta eficiente para la difusión de las obras de los jóvenes artistas desde el comienzo de su carrera.

VI. MARCO METODOLÓGICO

6.1. ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN

El enfoque con que se ha decidido encarar esta investigación es el cualitativo, debido a que se observarán objetos codificados a los que hay que traducir. (Canales, 2006). Pues se trata de comprender la realidad de los individuos seleccionados y se pretende saber cuál es la percepción que tienen estos sobre las editoriales musicales y su relación con la producción musical. Además se pretende indagar cual es el nivel de conocimiento sobre la Ley del 20%.

La interpretación ocupará en este trabajo un papel central, lo que en palabras de Erickson (1986) es la principal característica del estudio cualitativo.

Según Cohen y Manion (1990) los seres humanos actúan respecto a las cosas sobre la base de los *significados* que tienen para ellos. Es el mundo social el que le capacita para darle significado a los objetos a través de los símbolos.

“El interaccionismo se centra en el mundo de significados subjetivos y los símbolos por los que se producen y representan.” (Cohen & Manion, 1990)

La atribución de significados a los objetos a través de símbolos es un proceso continuo:

“La acción no es simplemente una consecuencia de atributos psicológicos tales como tendencias actitudes o personalidades o algo determinado por hechos sociales exteriores tales como estructuras o papeles sociales sino que resulta de un proceso continuo de atribución De significados que siempre está en estado de flujo y sujeto a cambio.” (Cohen & Manion, 1990)

Definitivamente, todo este proceso tiene lugar en un contexto social, donde cada individuo alinea su acción con la de otros. Realiza acciones adaptando su papel al papel de otros, influido por las perspectivas o acciones de los demás individuos.

El interaccionismo simbólico dirige su atención, no sobre el individuo y su comportamiento social, sino más bien sobre la naturaleza de la interacción. Además, entiende a la interacción como una unidad de estudio, creando una imagen más activa del ser humano y descartando una imagen de organismo pasivo.

“Los individuos interactúan; las sociedades se componen de individuos interactuantes. La gente constantemente adopta cambios en interacción y la sociedad está cambiando en interacción. La interacción implica seres humanos actuando en relación con los otros, tomando a los otros en cuenta, actuando, percibiendo, interpretando, actuando de nuevo. Por tanto, aparece un ser humano más dinámico y activo, en vez de un actor que meramente respondiera a los otros.” (Cohen & Manion, 1990)

6.2. DEFINICIÓN DE MUESTRA

Los sujetos de estudio serán actores insertos en el ámbito de la producción musical. Intencionadamente, se tomará a nueve alumnos de la carrera de producción musical de la UAHC, correspondientes a primero, tercero y cuarto año. También a tres profesores de la misma universidad, y finalmente a tres productores musicales en actividad que también forme parte de ella.

Los criterios de inclusión a emplear serán:

- a) Grado de conocimiento o expertis en el área de la producción musical
- b) Áreas de desempeño, desde lo elemental hasta lo profesional

La Unidad de análisis será la opinión o el discurso de los entrevistados. Se utilizará una muestra no probabilística, ya que no podremos generalizar resultados con precisión estadística (Sampieri, 2006).

6.3. TÉCNICA DE RECOLECCIÓN DE DATOS

Se tomó la decisión de trabajar con entrevistas y no con focus group, para lograr que los participantes sean totalmente transparentes con sus respuestas. Se recurrirá a testimonios de actores relevantes para la problemática planteada, a través de la entrevista, puesto que esta puede utilizarse para conocer su perspectiva o visión de la realidad. (Sautu, 2005).

“La entrevista es la herramienta metodológica preferida por los investigadores cualitativos.” “... la entrevista no es un arma neutral, sino que el entrevistador crea la situación social de la entrevista, en cuyo marco cobran sentido las respuestas obtenidas y dentro del cual deben ser interpretadas como episodios interaccionales.” (Olabuénaga, 2003)

Además, la entrevista tendrá como objeto obtener, recuperar y registrar las experiencias de vida en relación al tema de estudio, guardadas en la mente de la gente. *“Es una situación en la que, por medio del lenguaje, el entrevistado cuenta sus historias y el entrevistador pregunta acerca de sucesos, situaciones.”*(Benadibay Plotinsky, 2001).

Las preguntas a realizar serán semi-estructuradas, ya que como bien lo explica Olabuénaga (2003), en todo trabajo cualitativo “... se requiere una estrategia general basada en la flexibilidad que, en todo momento, debe poseer el investigador para reformular sus hipótesis, sus fuentes de información, sus caminos de acceso, sus herramientas de medida, sus esquemas de interpretación.” Dicho de otro modo, el

entrevistador sigue un esquema general y flexible de preguntas en cuanto a orden, contenido y formulación de las mismas.

Con la entrevista semi estructurada se pretende comprender mas que explicar, busca maximizar el significado; adopta el formato de estímulo/respuesta sin esperar la respuesta objetivamente verdadera, sino subjetivamente sincera; obtiene con frecuencia respuestas emocionales, pasando por alto la racionalidad.

6.4. TÉCNICA DE ANÁLISIS: ANÁLISIS DE CONTENIDO

Según Olabuénaga (2003), "... el análisis de Contenido no es otra cosa que una técnica para leer e interpretar el contenido de toda clase de documentos y, mas concretamente (aunque no exclusivamente) de los documentos escritos." Dentro de estos documentos escritos encontramos a la entrevista, un texto preparado previamente y orientado para su análisis.

Como bien lo señala el autor, la mayoría de los análisis cualitativos se llevan a cabo sobre textos propios preparados previamente por el investigador, ya sea en forma de notas, resúmenes, grabaciones o transcripciones para su posterior análisis.

Después de tener las entrevistas realizadas, se hará la lectura como instrumento de recogida de información. La misma se hará de manera sistemática, objetiva, replicable, y válida.

El análisis de contenido pretende recoger información, para luego analizarla y comprobar alguna teoría o generalización sobre ella. Se busca interpretar el texto escrito de acuerdo a los postulados constructivistas, donde el propio investigador crea una serie de prácticas interpretadoras. Finalmente, la lectura posterior del texto, entendida como interpretación es, según Olabuénaga (2003), una construcción social y política al mismo tiempo.

Del texto obtenido se pretende inferir información relativa a las características personales o sociales de los entrevistados, su opinión en relación a La ley del 20%, las composiciones y producciones musicales, así como también información relativa a las editoriales musicales. Los datos obtenidos del texto final presentan las siguientes características: tienen sentido simbólico, este sentido no siempre es

manifiesto, este sentido no es único, sino que también puede ser múltiple. Además un mismo texto contiene muchos significados, es decir, el sentido que el autor pretende dar al texto puede no coincidir con el sentido percibido por el lector del mismo. De hecho diferentes lectores pueden captar diferentes sentidos, incluso aquellos que el propio autor no sea consciente.

En la técnica de análisis de contenido el analista no interfiere para nada en la construcción del texto original, aunque sí en la transformación del mismo a datos. El análisis cualitativo de contenido

Considerando la pregunta de investigación es que el análisis de contenido es pertinente, porque procede de forma cíclica y circular, y no de manera lineal. Un texto es sometido a diversas lecturas y manipulaciones, para su posterior categorización, la cual dará como resultado un código de clasificación. La categorización empezará como un sistema abierto, para irse haciendo más definido, hasta terminar en un sistema cerrado de codificación.

VII. ANÁLISIS

7.1. CAPÍTULO UNO: NORMATIVAS

7.1.1. PROCESO DE REGISTRO DE OBRAS

En una primera instancia, se puede comprobar fácilmente un desconocimiento de las normativas relacionadas a la música, de parte de los músicos entrevistados en general. Pero mucho más preocupante es la falta de inquietud en cuanto al proceso de registro de obras.

Muchos músicos y compositores ni siquiera saben de la existencia del DIBAM, entidad de Propiedad Intelectual, ubicada en Quinta Normal, donde se hace el registro de las obras que les son propias. Sólo aquellos que han tenido la necesidad y urgencia de no perder sus obras, se han preocupado por interiorizarse en el proceso de registro de las mismas, atendiendo a la coyuntura y normativas de dicha entidad.

Solo una pequeña porción de los estudiantes entrevistados conoce como registrar una obra. Productores y profesores reflejan mayor claridad en cuanto a este tema, dada la experiencia y los años de su profesión.

Hay que tener en cuenta que en el proceso de formación universitaria, es bastante probable que los estudiantes realicen composiciones para diversas asignaturas. Sin embargo, cada uno de estos productos quedan lamentablemente relegados y guardados, sin llegar al proceso de registro, el cual no tiene como impedimento un costo alto, ya que realizar el trámite de inscripción de obras en el Registro de Propiedad Intelectual, no supera los \$4000 pesos chilenos. Además, las cátedras no promueven que dicho proceso sea realizado.

7.1.2. DERECHOS DE AUTOR

Se entiende por derecho de autor a la protección que recae sobre un número indeterminado de obras, entre las que encontramos libros, obras musicales, pinturas, esculturas, películas, programas de computador o softwares, sin perjuicio de la

existencia de otras obras protegidas por el derecho de autor. (INAPI, s/f)

“La expresión derecho de autor nos remite a la persona creadora de la obra artística, literaria o científica, a su autor, subrayando así el hecho que se reconoce en la mayor parte de las leyes, en el sentido que el autor goza de derechos específicos en relación con su creación.

“Por el derecho de autor se protege en forma exclusiva la forma de expresión de las ideas, pero no esas ideas en sí mismas. Es decir, por creatividad en la normativa contemplada en derecho de autor, se entiende creatividad en la elección y disposición de palabras, notas musicales, colores, formas, código matemático, entre otras. De esta forma el derecho de autor protege a su titular contra todo tercero que copie y utilice la forma en que haya sido expresada la obra original, sin o contra su voluntad o autorización.” (INAPI, s/f)

La legislación entiende por "obras literarias, artísticas y científicas" a toda obra original, no importando su calidad o valor intelectual. *“... Esto quiere decir que las ideas plasmadas en la obra no necesariamente deben ser originales, sino que lo que debe ser creación original del autor es la forma de expresión de esas ideas.” (INAPI, s/f)*

El Convenio de Berna para la Protección de las Obras Literarias y Artísticas, de 1886, el Tratado de la OMPI sobre derechos de autor (WCT), de 1996, y el Acuerdo sobre los Aspectos de los Derechos de Propiedad Intelectual relacionados con el Comercio (Acuerdo sobre los ADPIC o, en inglés, TRIPS) de 1994, son los tratados internacionales que establecen límites mínimos acerca de la protección del derecho de autor.

En Chile, la Ley 17.336 de 1970 sobre Propiedad Intelectual y su reglamento regulan el derecho de autor y los derechos conexos:

“Artículo 1°- La presente ley protege los derechos que, por el solo hecho de la creación de la obra, adquieren los autores de obras de la inteligencia en los dominios literarios, artísticos y científicos, cualquiera que sea su forma de expresión, y los derechos conexos que ella determina. El derecho de autor comprende los derechos patrimonial y moral, que protegen el aprovechamiento, la paternidad y la integridad de la obra.” (Ley 17.336)

Orozco (2014) plantea que existen tantas finalidades en el arte como personas que contemplan. Visto de esta manera, una de las finalidades de las obras que nacen durante el proceso de formación académica, es también la de cumplir con las exigencias de las cátedras. Pero también el autor plantea que el artista es quien hace un aporte con su obra, con el objetivo de llegar al público, quien cierra el círculo, como destinatario final.

Schopenhauer (2009) agrega que el artista logrará ser feliz cuando su obra transmita felicidad al público, su destinatario final. Asimismo, uno de los estudiantes entrevistados comenta: *“Yo siento que cada compositor debería hacer su disco y aportar con algo, todos tienen algo que entregar.” (E1.6)*

Y si el objetivo es llegar al público, es indispensable pasar por el proceso de registro de obras, para evitar que las mismas puedan ser objeto de plagio por parte de otros músicos o miembros de la sociedad. Sólo un estudiante reveló interés en el tema:

“Compongo una canción, la convierto en partitura, y así la puedo llevar al DIBAM para poder inscribirla y así tener los derechos correspondientes.” (E2.4)

Como se mencionó anteriormente, el desconocimiento del proceso de registro de obras es perjudicial para los propios músicos y compositores, por lo que se hace necesario indagar en el marco legal de la propiedad intelectual, sobre todo cuando se está trabajando en un ámbito tan competitivo y comercial como el musical. Los aspectos legales no deben dejarse de lado dentro de la formación académica, pues de ello dependerá que los profesionales se desempeñen de manera eficiente en la sociedad actual.

7.1.3. LEY DEL 20%

Casi la totalidad de los entrevistados tiene algún conocimiento acerca de la Ley del 20% de Música Chilena. Y si bien en un principio creen que la misma es positiva para la música chilena, la mayoría de ellos están desconformes acerca de la forma

en que se implementa la misma. Hay disconformidad acerca del porcentaje de emisión de música chilena que establece la Ley o de su manejo.

“Esos subterfugios legales mal intencionados son malos. Y de repente ponen programas entre medio, bajo el nombre de “la voz de Chile” y ponen a Los Prisioneros, Los Tres, Upa (que le dan como bombo). Tu escuchas lo mismo que escuchaba yo cuando adolescente: Aparato Raro, y de los nuevos los típicos, como Gepe. Lo mismo que yo había pensado sucedió con esta ley. Siguieron ganando plata los cinco o seis de siempre, y no le dieron oportunidad a nadie. Conozco al director de la SCD, y él tiene a cinco o seis de los músicos nuevos, los que mencioné anteriormente, y ellos los mueven para todos lados juntos en conciertos. No es raro que esos mismos nombres sean los que se repiten en las radios.”(PR.2.10)

Muchos afirman que ese porcentaje es insuficiente. Otros mencionan que es un porcentaje inicial, que está bien, pero que el problema pasa por quienes son los artistas incluidos dentro de ese porcentaje. Pero como bien se expresa en la cita anterior, el problema es que no se le da cabida a nuevos exponentes musicales.

Se argumenta que la ley beneficia a los mismos de siempre, y de un formato meramente radial. Todo ello, lleva a los entrevistados a desconfiar del buen criterio con que se maneja esta ley.

“Opino que está bien que es un paso para la promoción de la música chilena pero por otro lado siento que hace falta mas variedad en ese 20%. Como que al final son los mismos que suenan mas, tales como Javiera Mena y Francisca Valenzuela.” (E.6.3)

Bajo la bandera de la globalización, se ha producido una estandarización de gustos y modas acerca del consumo. (Gonzalez Uresti, 2000). Esto tiene incidencia en los esquemas culturales dentro del cual los medios de comunicación son una herramienta esencial. Aparentemente la Ley del 20% no ha podido escapar a esta estandarización y ha sido manipulada y puesta al servicio de la hegemonía cultural.

La cultura siempre será un poderoso aliado del hegemonismo (Habermas, 1981) ya que ella “...es un poderoso inmovilizador de la capacidad reinventiva de los pueblos.”

Algunos opinan que la ley es lógica bajo un contexto tan privatizado y mercantilizado como el que funciona en el Chile actual. Los productores entrevistados, señalan que la difusión de la música y sus artistas son parte de un modelo económico que responde meramente a las ventas. Y al ser Chile un país donde la gente consume poca música, esto afecta a la industria de manera directa.

“...tengo una doble sensación de que no se debe obligar, pero por otro lado en lugares como Chile donde está todo tan privatizado y es tan mercantilizado es sumamente necesario obligar al mercado, que restringe y se rige por lo que dicen las transnacionales, a decir acá hay producciones propias.” (PF.1.3)

Otro de los profesores entrevistados comentó lo siguiente acerca de la Ley:

“...Por eso yo encuentro que es una tontera. Es decir, está bien pero primero hay que ahondar en otras políticas culturales para los músicos. Por ejemplo, obligar a los bares a poner música chilena, que paguen el derecho de autor, que se toque mas, porque realmente para los músicos chilenos es una guerra. Con la ley del 20%, si tu escuchas las radios, son los mismos weones de siempre, porque las parrillas están armadas ya. La Nicole, el Alberto Plaza, la Javiera Parra, y eso tu lo ves en la tele. Los programas de The Voice Chile, están La Nicole, la Javiera Parra, porque son un grupo, grupo que tiene todo el monopolio.” (PF.3.4)

Un par de entrevistados hizo mención a que tienen conocimiento de que a la hora de difundir ciertos artistas, hay dinero de por medio. Saben que los sellos discográficos multinacionales dan una especie de comisión a las radios por la difusión de los artistas de su catálogo. Esto afecta directamente a la música nacional, ya que por brindar difusión a estos artistas se les restringe el acceso a los músicos chilenos.

“Un músico independiente no puede llegar a una radio y decirle aquí te traigo un material, porque ese material va a quedar guardado en cualquier lado. Yo creo sinceramente que circula dinero allí.” (PR.1.5)

Algunos entrevistados señalan que la ley no debería establecer un porcentaje de difusión. Están en desacuerdo con que este porcentaje sea impuesto, y consideran que el mismo debería ser el resultado de políticas de fondo. Sin ir más lejos, los conciertos de artistas chilenos normalmente siguen vacíos a pesar de la existencia

de esta ley, mientras que los artistas internacionales que visitan Chile, agotan entradas con meses de anticipación. Se menciona que es un problema cultural, de idiosincrasia, de falta de cariño a lo propio y adoración a lo ajeno.

“Ese 20% lo encuentro de una ridiculez absoluta. Para eso lo que nosotros necesitamos es educación, como en Brasil. En ese país no se obliga un porcentaje y los medios ponen un 70% de música brasilera porque están educados de esa forma.” (PR.2.10)

Sin embargo considero que estamos sumidos en un modelo cultural hegemónico que busca encasillar el concepto de cultura bajo estándares precisos. Como bien lo menciona Chomsky (2004) una minoría privilegiada controla a la mayoría subordinada, a través de la desregulación del mercado y un proyecto cultural hegemónico con pretensiones globales. Proceso que desde los años veinte ha gestado un Estados Unidos con ambiciones de imperio (Barbero, 1987).

7.1.3.1. FALTA DE DIVERSIDAD

Casi un 80% de los entrevistados señalan que la ley no se lleva a cabo porque en las parrillas de las radios no se les da difusión a nuevos artistas, sino más bien uno puede escuchar, entre una radio y otra, más material de los artistas ya consagrados.

En general el género pop, es el que más frecuenta el dial, dejando relegado al folklore, el jazz, clásico, y otros géneros menos populares, que supuestamente deberían tener su lugar gracias a esta Ley. Se sigue dando prioridad a la música propuesta por las multinacionales que responden al proyecto hegemónico de Estados Unidos. Chomsky (2004) señala que los medios de comunicación se han coludido con las multinacionales logrando la desregulación del mercado favoreciendo un proyecto cultural hegemónico con pretensiones a escala global.

Muchos de los entrevistados señalan que hay gran cantidad de producciones a lo largo de Chile, las cuales por razones que ellos desconocen, saben que no serán difundidas en las radios. Por ello, resaltan su disconformidad y falta de confianza en esta ley. Otros, señalan que el porcentaje (el 20%) es muy poco como para que se le dé lugar a otros artistas.

Profesores y productores entrevistados parecen tener una visión más clara acerca de la Ley. Seguramente debido a la mayor experiencia y a que han visto como a lo largo de los años, este es un problema que persiste. Saben que la misma no establece que géneros serán difundidos. También conocen perfectamente que la misma se adhiere a un formato radial, de género popular, con canciones de no más de tres minutos de duración, y de artistas populares. Mencionan que producciones que estén fuera de este marco, no serán difundidas en las parrillas radiales en ninguna ocasión. Así, folklore, rock progresivo, música de fusión, contemporánea, clásica, jazz y otros estilos, están destinados a peregrinar fuera de las radios chilenas.

“... Lo único que entra en ese porcentaje del 20% son los temas que tú haces para radio.” (PR.1.10)

La alternativa de difusión para estos géneros musicales, la encuentran en las redes sociales y otras plataformas virtuales, vía Internet. Sitios como Spotify o Soundcloud permiten promocionar su música y llegar al público. Y si bien no es lo mismo que promocionar en las radios, tiene como ventaja que le permiten dar a conocer en otros sitios del mundo. Así, tenemos artistas chilenos que son totalmente desconocidos dentro de Chile, pero que han ganado adeptos en otros países gracias a las plataformas virtuales. Esto les permite programar giras para tocar en vivo y poder seguir viviendo de su profesión.

“Además hay que pensar que la radio dejó de ser importante cuando aparecieron las descargas de música. Hoy en día, plataformas como Spotify o cualquiera que ofrezca descargas con música comprimida funcionan, y funcionan incluso mejor que las radios. Lo positivo de esto es que tu música que construiste en tu espacio, la puede escuchar un tipo en España, en Alemania, en Mozambique, y así a ti te llega música de todos lados como Francia, Noruega, cosa que antes no ocurría.” (PR.1.5)

Uno de los profesores entrevistados asegura que para que el panorama cultural chileno cambie, la gente debe influir sobre las normativas y la cultura nacional, como sucede en otros países como Brasil y Argentina, donde el consumo de música nacional es realmente alto. Bajo esta mirada, que se les exija a las radios un 20% de difusión de música chilena es realmente poco. Probablemente gremios y asociaciones de músicos deberían aliarse con el propósito de exigir transparencia en cuanto a la implementación de la ley y la inclusión de los menos favorecidos.

Una idea que surge de uno de los entrevistados es generar en la gente mayor conciencia acerca de la música chilena. Esto podría hacerse, como bien él lo sugiere, exigiendo a los bares tocar música nacional y pagar los derechos de autor correspondientes.

“... Por ejemplo, obligar a los bares a poner música chilena, que paguen el derecho de autor, que se toque más, porque realmente para los músicos chilenos es una guerra.” (PF.3.4)

Entrevistados aseguran que otros medios de comunicación, como la televisión, parecen estar en la misma sintonía que las radios. Los artistas que frecuentan este medio son los mismos que se difunden en las radios, sinónimo de un monopolio que trata de aglutinar los medios de difusión masiva, restringiendo el acceso a nuevos artistas.

“...Entonces me devela que hay algo que tiene que ver con un mercado que está poniendo en el tapete a un tipo de músicos, y no a otros. No es para todos. La idea era una ley inclusiva, pero yo estoy sospechando de eso.” (PF.1.10)

En resumen podemos decir que la ley no funciona como un soporte de difusión masivo, como era la idea original. No funciona como medio de difusión para nuevos artistas y producciones. Siguen habiendo músicos marginados, sin apoyo, tratando de dar a conocer su música en las calles, metros y redes sociales, como una alternativa a la radio.

Barbero (1987) señala que estamos viviendo un proceso de degradación cultural donde el Estado, el mercado y la cultura nacional son tres actores en juego. Además, propone ver a los medios como parte de la transformación social que llevan adelante, pero siempre al servicio de la homogenización. Ejemplo de ellos es que es casi imposible escuchar folklore o música tradicional chilena en los medios masivos de comunicación.

Mientras tanto, en las radios siguen sonando los mismos artistas de siempre, quienes parte de un monopolio o no, acaparan la parrilla radial, excluyendo y quitando la posibilidad de ser escuchados a otros, y quitándole también a la gente la posibilidad de escuchar música más variada, chilena y de mejor calidad.

7.2. CAPITULO DOS: RELACION ENTRE LA PRODUCCION MUSICAL Y LA LEY DEL 20%

Una de las preguntas que se hizo en el marco de la entrevista, fue acerca de la relación entre la producción musical y la Ley del 20%. Estudiantes de ciclos inferiores hicieron notar la baja calidad de las producciones chilenas como un factor de incidencia en la programación radial de las mismas. Otros alegaron que se persiguen intereses económicos que dejan de lado a un gran número de las mismas. Además, resaltan que la Ley del 20% persigue intereses económicos.

Algunos señalan que en su labor producen mucha música, y que la Ley del 20% podría darles ventaja en la difusión de la misma:

“... uno produce a músicos, eventos y discos, y uno quiere que se difunda toda esa música. Igual sería útil si la ley se llevara a cabo realmente.” (E1.10)

Uno de los estudiantes entrevistados señaló que existe preferencia por la música internacional en las parrillas radiales:

“... Aunque siempre las radios tienden a poner música de afuera, es decir internacional, y no tanto música chilena, y si es música chilena es música muy repetida.” (E4.11)

También señala que la preferencia puede provenir por el criterio de la gente, o la falta de calidad de las producciones locales:

“... Puede ser por intereses económicos o porque a la gente tal vez no le gusta tanto la música chilena, yo creo. Yo creo que no les gusta tanto el sonido.” (E4.12)

Estudiantes de tercer y cuarto año, con un poco más de trayectoria, señalan que no hay mucha relación entre la Ley del 20% y las producciones musicales hechas dentro del país. Principalmente porque La Ley del 20% parece apuntar a un formato y sonido radial en el que no ingresan muchas producciones de otras características. Hoy por hoy, la estandarización musical ha llegado tan lejos, que canciones que duren más de tres minutos y medio, y no sean de un éxito comercial asegurado, no

son factibles de ser incluídas en las parrillas radiales. Estandarización que ha sido impuesta y se ha transformado en un poderoso inmovilizador para los artistas. (Habermas, 1981)

Un ejemplo de ello es el género cumbia, el cual tiene gran cantidad de seguidores y ha incrementado el volumen de producciones en los últimos tiempos. Pero a su vez, se ha tenido que adaptar a los cánones establecidos, como bien lo señala uno de los estudiantes entrevistados:

“... la cumbia ha pegado mucho. De hecho en la radio no se puede escuchar cualquier cosa. Es un estándar de 3 minutos que la gente le guste y pueda bailar: reggaetón, cumbia, pop.” (E9.4)

Los estudiantes vuelven a resaltar que se repiten los mismos artistas de siempre, bajo un formato de música comercial, de tres minutos de duración. En este sentido existe una total disconformidad con la Ley del 20%, la cual fue pensada para la inclusión y no la exclusión o preferencia de algunos artistas sobre otros. La música conceptual, el jazz, el hard rock, y otros siguen siendo relegadas, generando una cada vez mayor disconformidad y rechazo a la Ley.

“... La relación es muy vista desde lo económico o lo publicitario. Lo que suena en la radio tiene que apuntar a lo popular. Como que se trabaja la imagen. Buscan algo que se pueda digerir de manera rápida. No creo que en las radios se esté trabajando desde el punto de vista más conceptual o personal. Por ejemplo, si quiero hacer un tema de diez minutos, no creo que lo vayan a poner en la radio.” (E8.10)

Los productores entrevistados fueron más tajantes en cuanto a esta relación. Varios de ellos dijeron, taxativamente, que no hay relación entre la producción musical y la Ley del 20%. Respaldaron esta respuesta diciendo que la Ley del 20% apunta a un producto estándar, con características comunes que busca un fin comercial. Y en ese sentido, la Ley termina beneficiando a unos pocos, sino es a los mismos artistas ya consagrados por los medios de comunicación.

En el discurso que dió la Presidenta Bachelet, al momento de promulgación de la Ley del 20%, decía que con esta ley ganarían todos y que promovía la diversidad,

cosa que hasta el momento no ha sido logrado. Uno de los productores entrevistados comenta:

“... No, no hay relación. Esencialmente porque la producción musical apunta esencialmente a obtener un producto. Ese producto puede que sea radial o no. Lo único que entra en ese porcentaje del 20% son los temas que tu haces para radio. Tú haces un escáner de la música que se está produciendo para las radios y produces un disco para ese estilo. Pero eso es pensando en las radios. Pero de no ser así, no hay ninguna relación.” (PR1.10)

Sólo uno de los productores entrevistados pareció estar un poco más a favor de esta relación diciendo que la Ley del 20% es muy nueva, y que los resultados entre ella y las producciones musicales podrán verse en el largo plazo.

“La ley lleva muy poco tiempo y me imagino que esto tendría que tener efecto cuantificable en un plazo mayor, de entre diez y veinte años, para notar algún efecto. Entonces me parece que la relación con la producción no es medible todavía.” (PR3.10)

Mientras tanto, los profesores entrevistados, quienes también se desempeñan como intérpretes, dijeron que la relación entre la producción musical y la Ley del 20% es nula. Uno de ellos señaló que en un principio, cuando se empezó a hablar de la Ley del 20%, hubo mucho optimismo. En ese entonces, muchos músicos se apresuraron en realizar nuevas producciones, pensando que tendrían su lugar en las radios. Evidentemente, allí hubo un aumento en la cantidad de producciones musicales, pero todo ese esfuerzo fue en vano, ya que su material quedó guardado y en el olvido.

“Hay muchos músicos que se pusieron a producir justamente por la ley del 20% y no pasó nada para ellos. Lo que pasa es que igual todos los medios de comunicación, o por donde se difunde la música, están bajo un modelo económico y en ese modelo obviamente lo que manda son las ventas.” (PR3.10)

Es de esperar, que como se mencionó anteriormente en el caso australiano, este sistema de promoción y difusión de la música chilena, se vaya modificando con el

transcurso de los años. Se podrán agregar mas criterios al mecanismo original para lograr su verdadero objetivo. En el caso de Chile, y a raíz de que actualmente la Ley del 20% sólo ha servido para incrementar la presencia de la música pop en las radios, establecer porcentajes por género sería beneficioso para la inclusión de aquellos artistas que actualmente no tienen participación ni promoción en las radios.

Recordemos que la premisa de La Ley 20810 o Ley del 20% es entregar un mayor espacio a la música chilena y desarrollar el potencial de la industria nacional, cosa que por estos días no parece estar dando resultados, ya que solo unos pocos artistas y de un estilo netamente comercial, están siendo difundidos. A raíz de ello, no ha habido una eclosión de producciones musicales como había de esperarse. Los factores que impiden esta eclosión son por un lado, la falta de claridad en cuanto a los géneros a difundir, la rigidez de las parrillas radiales que sólo aceptan productos estandarizados y comerciales, y los vacíos que deja la Ley del 20% en general.

7.3. CAPITULO TRES: FIN ÚLTIMO DE LA COMPOSICION Y PRODUCCION MUSICAL:

Una de las preguntas que se hizo durante la entrevista fue acerca del fin último de las composiciones o producciones musicales que realizan los músicos. Con esta pregunta intentamos dilucidar cual es la importancia que se le da a las obras musicales propias y el objetivo de las mismas.

Orozco (2004) mencionaba “(...) *hay tantas finalidades también como personas que contemplan (o contemplaron o contemplarán) la obra de arte...*” Sin embargo, desde los estudiantes de segundo año, a los de más trayectoria, incluyendo a profesores presentaron dos posibles fines. Uno de ellos, es la satisfacción personal, es decir componen para canalizar un proceso interior. Ejemplo de ello son las siguientes respuestas:

“... en un principio uno lo hace por sacarse algo de adentro es como la necesidad primera.” (E1.6)

“Mi fin último es escribir lo que estoy sintiendo, es una expresión subjetiva. Mi fin último es manifestar lo que uno siente. Eso es para mí componer, mas allá de los lineamientos y estructuras.” (E5.8)

“Para un compositor tímido como yo, quien no dice que es compositor, partamos de esa base, yo creo que el fin último es poder estar tranquilo con esa composición. Las composiciones te provocan conflictos porque la creación es un conflicto que uno debe resolver y cuando el conflicto está resuelto aparece la obra.” (PF1.6)

Arthur Schopenhauer (2009) decía que *“... el arte es una vía para escapar del estado de infelicidad propio del hombre”* y al igual que lo señalan los comentarios anteriores, *es una expresión subjetiva.*

Por otro lado, y fueron los menos, respondieron que componen para llegar a un público objetivo y ganar algo de dinero con ello. Sin embargo, todos enfatizan que sus obras sirven como contribución al mundo artístico o como un aporte al medio, es decir a la sociedad. Sienten que los compositores tienen algo que aportar a la sociedad actual, que gracias a sus conocimientos o talento musical pueden materializarlo en una obra o canción.

“Las composiciones son para ser comercializadas a la vez y para ser llevadas a cortometrajes, producción audiovisual.” (E2.5)

“Cuando uno trabaja con otras personas para llevar cierta tarea acabo, depende mucho de la persona con la quien trabajo, yo le ayudo a llevar algo acabo, depende del genero que sea, y el sentido que quiera darle. Yo le ayudo a lograr su objetivo. El fin ultimo es tratar de llegar a la gente.” (E4.7)

“Que se escuche, que llegue a la gente. Yo creo que los artistas en general quieren mostrar sus cosas. Para mí sería el fin ultimo poder llegar a la mayor cantidad de gente posible.” (PF3.5)

Por otro lado, hay que resaltar que tanto compositores nuevos como ya profesionales, expresaron su temor a no gustar al público, razón que los motiva muchas veces a guardar sus obras o no darlas a conocer o dudar donde posicionarlas. Otros, con una personalidad mas amplia, aseguran que muestran sus

obras en tocatas y evalúan la respuesta en la gente. Sólo uno de los entrevistados, y de segundo año, dijo posicionar sus obras en la venta ambulante.

“Y en ese momento tu entiendes que hay que hacerla partícipe a otra gente, y es allí cuando viene el segundo conflicto del compositor: será aceptado o no? Yo creo que mi gran inhibición tiene que ver con el seré aceptado o no. Por eso los cuadernos que guardo están allí, tal vez esperando un momento de madurez mayor.” (PF1.6)

“Lo tiro a mi venta ambulante, yo creo. Hago un cd, toco y lo ofrezco.” (E.3.10)

Las respuestas obtenidas visualizan la marginalidad que sienten y sufren los músicos chilenos. El temor es un síntoma de ello. Temor a ser rechazado, a no gustar. Marginalidad que no existiría si la denominada Ley del 20% fuese ejecutada como se la pensó en un principio: con un criterio inclusivo.

Por otro lado, los estudiantes de tercer y cuarto año, utilizan mayormente las redes sociales para dar a conocer sus obras. Poseen un concepto más mercantilista de la música, donde el producto se envasa, se promociona y se vende. Y aquellos que ya han tenido la posibilidad de trabajar en producciones musicales señalan que el fin último es lograr el objetivo que propone el cliente.

“Lo primero que haría sería llevarla a las redes sociales. Como lo más próximo que tengo para dejar mi música en otro lado, como Spotify, Itunes, Soundcloud, pero algunas pocas cosas nomás, no todo.” (E4.6)

“Que la gente los escuche y si se puede ganar plata con ellas.” (E6.6)

Muchas de las composiciones que se realizan dentro del cursado de la carrera de producción musical, son regidas por criterios de los profesores guías. Por ello, algunos entrevistados dijeron no sentirse muy satisfechos con los resultados, señalando que con los mismos solo trataron de complacer a su profesor. Por todo ello, no sienten la necesidad de promocionar o publicar este material.

“Yo he grabado en el home studio. Idealmente uno envasa un producto y lo vende. Uno puede hacer una producción para un ramo y otra como uno la quiere. Si uno

está contento con el resultado obtenido en el ramo, uno va mas allá con ese material. Caso contrario se hace otro.” (E5.11)

Los estudiantes de tercer año, dijeron tener claridad en que el fin último de la música es llegar al público y a través de ello generar ganancias económicas. A su vez, los estudiantes de cuarto año, consideran la composición musical como canal de expresión del artista, y las que realizaron para la universidad dicen que son guardadas por no pertenecer al género comercial. La satisfacción personal en el proceso creativo aparece nuevamente mencionada aquí, y los mas osados buscan en la crítica de otros músicos un elemento de aprendizaje.

“Se lo muestro a personas extremadamente opuestas a lo que hago yo. Porque no hago cosas muy comunes. Busco una crítica a lo que hago de parte de gente que escucha todo lo contrario a mi estilo. Me gusta saber que siente la gente cuando escucha algo que no es común. Igual se lo muestro a músicos.” (E9.9)

La misma pregunta se hizo a los productores musicales entrevistados, quienes señalaron que se compone para uno mismo como una necesidad personal (espiritual) o para que la gente lo escuche. El fin último del productor es lograr una buena relación entre el sonido de la banda y la capacidad de producción. Otro productor señaló que el fin último es lograr un producto de primera calidad de acuerdo al mercado, con el propósito de llegar a un público masivo o a la comunidad.

“Cuando uno produce el fin es lograr hacer una relación verdadera entre la banda que tu produces y tu capacidad de producción. Tener una muy buena Lectura para que los chicos cuando terminen su producción sientan que eso es lo que necesitaban o es lo que querían.

Cuando uno compone, compone para uno mismo. Hay gente que les gusta componer para el resto, porque hay de las dos miradas. Yo compongo para el resto y quiero que me escuchen. Y por otro lado yo compongo para mi para mi necesidad personal. Son dos miradas completamente diferentes. Una necesidad mas espiritual indudablemente.” (PR1.8)

“Para el productor el fin ultimo es sacar un producto a la venta de gama alta, de la mejor calidad que pueda lograr. El compositor no necesariamente quiere sacar un producto a la venta o publicarlo. El productor publica, toma un producto, mira el medio,

lo analiza y adapta el producto para que sea vendible, de buena calidad, para un medio que pueda adquirir.” (PR2.6)

Uno de los profesores entrevistados señaló que la composición es el resultado de una necesidad personal. La misma genera conflictos internos que el músico debe resolver. De dicha resolución saldrá una obra musical. Luego vendrá el segundo conflicto a resolver, el cual se vincula a la aceptación o no de la obra de parte del público.

“Las composiciones te provocan conflictos porque la creación es un conflicto que uno debe resolver y cuando el conflicto está resuelto aparece la obra. Y en ese momento tu entiendes que hay que hacerla participe a otra gente, y es allí cuando viene el segundo conflicto del compositor: será aceptado o no?” (PF1.6)

Para el grupo de profesores, el fin último de las composiciones es llegar a un público masivo, para lo cual muchas veces acuden a las redes sociales.

“... trato de publicarlo, de moverlo en redes sociales, dentro de lo que uno puede. Hay gente que sí cacha como se mueven y saben como bombardear en ciertos lugares. No es solamente publicarlo en Facebook, porque si tu tienes pocos contactos no sirve de mucho.” (PF3.5)

Finalmente podemos resumir diciendo que existen dos fines en los compositores musicales. Uno de ellos es la satisfacción personal, ligada mas al aspecto espiritual. El otro es la intención de llegar a un determinado público, es decir, mostrar sus obras y esperar cierto reconocimiento. Por otro lado, los productores musicales tienen como objetivo la creación de un producto que esté acorde a las necesidades y reglas del mercado. Aquí la satisfacción personal ligada a lo espiritual no tiene cabida. Se busca dejar conforme a un cliente y obtener un producto que sea competente tanto en radios como en redes sociales. Y la importancia de estas últimas es crucial, ya que ante la negativa de las radios a expandir el abanico de artistas o abrir sus puertas a nuevos artistas o géneros musicales, los músicos, compositores y productores recurren a ellas con el fin de captar público y dar a conocer su producto musical.

7.4. CAPITULO CUATRO: EL CONCEPTO DE EDITORIAL MUSICAL

Otra de las intenciones con las que se hicieron las entrevistas fue captar el conocimiento y percepción que se tiene acerca de las editoriales musicales por parte de estudiantes, profesores y productores musicales de la UAHC.

En general el desconocimiento es casi unánime, muchos incluso le confunden con un sello discográfico. Pero veamos el caso de acuerdo a los subgrupos empleados.

Estudiantes de segundo año, parecen tener un total desconocimiento acerca de en qué consiste y cómo funciona una editorial musical. Estos plantean que dicha temática no es parte del proceso formativo. Además, desconocen la existencia de otras editoriales y menos aún dentro de otras universidades.

Después de una breve introducción sobre las mismas, se les pregunta si consideran que sería bueno o no que nuestra universidad contara con una editorial musical propia.

“... si, porque por ejemplo, a nosotros como productores nos han hecho hacer jingles o una balada o cualquier estilo, que quizás no es el que te representa, pero igual lo haces porque eres músico y tienes que hacerlo. Sería bueno si yo no lo voy a usar para mí, que no voy a ser baladista o cantante de jingles, dárselo a alguien y ganar plata con mi composición. Ser productor se trata de esos.” (E1.15)

“Sería excelente para la universidad porque apoyan al estudiante, y también se beneficia la universidad para saber como se están formando los estudiantes, el apoyo que le brindan. Sería muy bueno para uno como un apoyo. Porque en Chile es todo mas independiente y al ser así, es mas complicado.” (E2.12)

Sólo uno de los estudiantes de segundo año entrevistados hizo una relación entre la editorial musical y una editorial de libros, casi yendo por el camino correcto.

“Imagino que es como una editorial de libros.” (E3.8)

Asimismo, los estudiantes de tercer año entrevistados, reflejaron la misma carencia en cuanto al conocimiento de la editorial musical. Sólo uno de ellos hizo cierta relación con las editoriales de libros

“¿Es como similar a una discográfica? ¿O se refiere a ediciones de libros y revistas sobre música?” (E6.7)

En la categoría de los estudiantes de cuarto año, se vislumbra el mismo problema. Más aún, uno de los estudiantes confundió el funcionamiento de la editorial musical con la de un sello discográfico:

“Me imagino que puede ser un lugar donde llegas con una propuesta y te trabajan y te producen en cierto modo la idea.” (E8.8)

De manera contraria, los productores entrevistados reflejaron claridad en el concepto y funcionamiento de una editorial musical:

“Adminstran esencialmente. Son administradoras de composiciones. Las grandes publicadoras lo que tienen es una colección de composiciones. Los grandes artistas lo que hacen es ir viendo publicadora por publicadora para elegir cual canción les gusta, y para poder usarla tienen que pagar un derecho, el cual es pagado al autor. Hay toda una cadena. Ahora si al autor no le gusta la versión que están haciendo, este se puede negar a la publicación. La administradora se encarga de administrar tus composiciones. Ellos tienen un libro abierto de lectura, un catalogo que puede ser consultado por cualquier artista. Incluso clasificado por estilos de música. En función de eso los artistas dicen este tema lo quiero grabar, entonces se lo piden a la publicadora, quien habla con el compositor y si a este le gusta el artista que quiere hacer la composición da el visto bueno. Según el artista y cuan famoso es el compositor le dicen cuanto le va a costar el tema. De allí un porcentaje es para el compositor y el otro para la publicadora.” (PR1.9)

Otro de los productores comenta al respecto:

“Tengo entendido que es un medio establecido que toma un producto y se encarga de publicarlo. Y es quien está preocupado de hacer la campaña para que este producto se venda, o masifique.” (PR2.8)

El tercer productor entrevistado nos dice:

“Es una oficina o una estructura empresarial que se preocupa de la producción musical en varios aspectos, no solamente del disco sino también de posicionar

artistas, la difusión. No es solamente la grabación sino que incide en todo el aparataje de inserción del producto en el mercado.” (PR3.8)

Los profesores entrevistados, en general, tienen también claridad en el concepto:

“Yo creo que están regidas por un mercado. Cuando tú dices “casa editorial” estás diciendo que es una unidad de negocio que la música establece. Entonces esa unidad de negocio debe funcionar en un mercado. Puede funcionar en un mercado haciendo la reverencia al poder o siendo díscola. Si tu me preguntas que hace la mayoría, diré que hacen la reverencia pero hay otras casas editoras que están poniendo énfasis en ser un poquito más díscolos. Lo fue Alerce en un momento, pero en la industria independiente... yo creo que hay un gran movimiento ahí.” (PF1.8)

El segundo profesor entrevistado, al ser consultado si conoce qué es una editorial musical, menciona:

“No muy bien. Trabajé con una editorial de libros en Italia, la Logos Publish, de índole cultural, artístico y de distintos temas. Ella se diversificó y tuvo su propio sello discográfico llamado “Musicólogos”. Pero en el ámbito de la música no tengo bien entendido cuál sería la relación. Yo entiendo por editoriales a las editoriales de libros. También hay editoriales musicales como la Ricordi, hay una editorial alemana que edita partituras, y muchas más.” (PF2.9)

Otro de los profesores fue más conciso en su respuesta al describir a la editorial musical:

“Una editorial (es) donde se editan o salen cosas relacionadas con la música.” (PF3.7)

Respecto de su funcionamiento podemos resumir diciendo que la mayoría de los entrevistados lo desconocen. Esto es aún mas notorio en el grupo de los estudiantes desde segundo a cuarto año. Aquellos músicos más experimentados y con mayor trayectoria, tales como productores y profesores, presentan mayor claridad en el tema.

Otra de las preguntas de la entrevista fue si durante el proceso formativo tuvieron a la editorial musical como tópico. Estudiantes en general respondieron que no:

“No, no recuerdo que me hayan hablado de ese concepto.” (E8.11)

Solo uno de ellos menciona:

“Formalmente me lo están explicando ahora pero no demasiado bien.” “... En composición y arreglos y no sé por qué me están pasando eso en ese ramo, con el profesor Jaime Ramos. Eso se debería ver en algún taller de gestión.” (E4.14)

Los productores y músicos mas experimentados comentaron que tuvieron que aprenderlo como parte de su oficio, o simplemente buscando por Internet como parte de un proceso de crecimiento profesional:

“... yo lo aprendí solo. Yo partí de joven trabajando para un sello discográfico, entonces finalmente uno aprende como funciona cada uno de los elementos de esta cadena. Donde más estuve fue en Alerce y allí fui ingeniero y productor. Fue un sello que en los tiempos difíciles en Chile empezó a publicar música chilena. Había pop, rock, y además administraba todo el catálogo de la música del canto nuevo, música que venia de Cuba: Silvio, Milanés, Quilapayún, Violeta Parra. Era un sello grande y a su vez editorial.” (PR1.11)

“Lo he aprendido por Google.” (PR3.12)

Con respecto al conocimiento de otras editoriales musicales, solo un par de los entrevistados mencionaron que la Universidad de Chile posee una para la música docta:

“Estoy en duda, no sé si la Universidad de Chile tendrá. Yo creo que sí la tiene.” (E4.15)

“La Chile tiene una pero de música docta.” (PR1.12)

“La Católica me parece que saca algunas cosas. La Chile tiene editoriales de libros, y la revista musical Chilena. Los compositores que conozco de la Chile, tienen sus obras botadas. Lo que sí hay en las universidades son producciones, por ejemplo, existen

concursos donde ellos te editan las partituras, te las sacan en un librito, pero propiamente que funcionen como una editora no conozco.” (PF2.13)

En resumen podemos concluir diciendo que se evidencia un desconocimiento generalizado en cuanto al concepto de editorial musical y la forma en que opera. Tampoco hay conocimiento de otras editoriales musicales en otras universidades excepto la mencionada de la Universidad de Chile.

Aquellos que conocen al respecto, basan su conocimiento en su experiencia y trayectoria profesional, pero nunca tuvieron a la editorial musical como un tópico dentro de las mallas de sus carreras.

Los estudiantes de la carrera de producción musical no cuentan con este tópico dentro de sus mallas, siendo que es una de las instituciones donde pueden posicionar su música dentro del medio. ¿Acaso la visión de la Escuela de Música ha sido también influenciada por el poder que ejerce el hegemonismo cultural? ¿Por qué no se permite la propia universidad contar con una editorial musical que difunda el arte que se produce a su interior? ¿por qué no se instruye a los estudiantes en los aspectos legales del comercio de la música? Sobretodo este último es importante, ya que estos profesionales necesitan sustentarse con su profesión y estar en conocimiento de las posibilidades reales de tener éxito o no con su música dentro de la sociedad actual.

7.5. CAPITULO 5: UNA EDITORIAL MUSICAL EN LA UAHC

Otra pregunta que se hizo a los entrevistados fue si sería de beneficio para nuestra Universidad contar con una editorial musical propia. Al respecto hubo diversas respuestas. Los estudiantes por un lado, están de acuerdo con ello porque les ayudaría a posicionarse como músicos o compositores en el mercado desde el inicio de su carrera profesional. Algunas respuestas de los estudiantes de segundo año:

“Sí, porque por ejemplo, a nosotros como productores nos han hecho hacer jingles o una balada o cualquier estilo, que quizás no es el que te representa, pero igual lo haces porque eres músico y tienes que hacerlo. Sería bueno si yo no lo voy a usar

para mí, que no voy a ser baladista o cantante de jingles, dárselo a alguien y ganar plata con mi composición. Ser productor se trata de esos.” (E1.15)

“Sería excelente para la universidad porque apoyan al estudiante, y también se beneficia la universidad para saber como se están formando los estudiantes, el apoyo que le brindan. Sería muy bueno para uno como un apoyo. Porque en Chile es todo mas independiente y al ser así, es mas complicado.” (E2.12)

“Sí, obvio. Viendo la cantidad de trabajos que se hacen sería bueno. Sería la raja que tuviera un sello o algo así.” (E3.14)

“...Porque tomaría como una entidad tu trabajo, y no solo uno se estaría preocupando de eso, sino también otras personas. No estarías solo difundiendo.” (E3.15)

Las respuestas de los estudiantes reflejan varios problemas con el que lidian actualmente los músicos. Uno de ellos es generar su propio sustento, otro es la falta de apoyo para la difusión de su música o la carencia de un lugar o plataforma donde mostrarla. Hacen referencia a que en el país todo es mas independiente, centralizado, y por ello entrar al circuito comercial es difícil. El tercer y cuarto estudiante hacen referencia a la cantidad de trabajos que se producen dentro de la UAHC y el hecho de contar con una entidad que se preocupe también por ellos y que les ayude en la promoción y difusión de sus obras.

Los estudiantes de tercer año, refieren:

“Sí, por supuesto. Tenemos muchos proyectos que se hacen, se llevan a cabo en el año y no son publicados. O alumnos que hacen sus proyectos y no tienen los medios como para poder llevarlos a otros lados, sería una buena iniciativa hacerlo con gente profesional que sepa del tema.” (E4.16)

“Ahora que tú me lo dices, sería súper beneficioso porque estaría ya teniendo un tipo de ganancia con lo que estás haciendo y no componer por componer. Como te dije antes tu producto sería ya envasado y sería atractivo. Sería una ayuda fundamental, claro que sí. Necesitaríamos de esa muy buena idea.” (E5.15)

“Entonces si, totalmente, sería un gran aporte, porque en general las composiciones de música que se producen en la universidad quedan ahí, y si es que alguno quiere hacer algo con ellas debe valerse por sí mismo.” (E6.14)

La escasez de medios o recursos para auto-producirse o difundirse y la falta de una entidad conformada por profesionales que le de soporte a los artistas dentro de la UAHC surge en estos comentarios. El no sentirse solo a la hora de promover o desempeñarse profesionalmente. Y destacan el problema que la mayoría de las composiciones quedan abandonadas.

Los estudiantes de cuarto año refieren la necesidad de contar con un catálogo propio:

“Con un catálogo propio sí, pero que fuera material de los alumnos para que mostraran su trabajo y lo dieran a conocer. Mas que de otras personas que son ajenas a la universidad. Si es de los alumnos sería bueno que tuviera un catálogo. Sería como una ayuda, para que se hicieran conocidos.” (E7.14)

“Sí, en el sentido de potenciar a los artistas. Solamente en ese sentido, porque si no hay una publicidad, ¿quién va a conocer y querer tocar tus temas? ¿quién va a quererlos hacerlos sonar? Ese podría ser el medio para llegar a eso.” (E9.14)

El mencionado catálogo, conformado por material de los alumnos, sería de gran ayuda para los futuros profesionales, que desde edad temprana contarían con una plataforma de difusión de sus obras, tal vez hasta captando el interés de sellos discográficos o gente ligada al mundo de la música.

En particular hubo un solo estudiante de cuarto año que tuvo una respuesta distinta al plantear que el concepto de no lucro de nuestra universidad no es acorde a la política que utiliza una editorial musical:

“No lo veo como que aporte mucho a la música en sí. Aporta al personaje que esté componiendo y esté dispuesto a trabajar con ellos, obviamente los ayuda porque los administra. Es como un productor con más poder. Beneficios yo creo que van a haber siempre. Pero a mí no me parece que sea la esencia de la universidad trabajar de esa manera comercial con la música.” (E8.13)

El comentario de este estudiante en particular no es menor. Pues debe tenerse en cuenta la visión que sostiene la UAHC como principios, especialmente el de no lucro.

En cuanto al beneficio o no de contar con una editorial musical dentro de la universidad, los productores consultados señalan:

“Mira, si nosotros seguimos teniendo la mirada que dentro de la carrera de producción musical hay mucho producto por un lado. Hay harto producto. Ya por allí tienes una justificación bastante interesante de por qué tener una editorial. Eso por un lado. Pero además de eso en una escuela de artes, no solamente tu puedes administrar música, hay danza que integra música, puedes administrar DVD con funciones de danza. Tienes una escuela de música donde hay músicos haciendo cosas también. Para esta facultad de arte, especialmente, que tiene música, producción musical y otras carreras como cine, una publicadora sería interesante. Además sería una buena forma de administrar, para evitar que tu producto quede perdido en el desván de tu casa.”
(PR1.13)

Este productor destaca la cantidad de producto que se produce dentro de la carrera de producción musical, como así también en la escuela de danza, teatro y cine, con lo cual justifica el hecho de contar con una editorial para toda la Facultad de arte.

Otro de los productores entrevistados menciona que sería interesante que hubiese instrucción acerca de cómo formar una productora, herramientas legales, que sirvan a los futuros egresados a desempeñarse correctamente en el medio.

“Por supuesto. Sería ideal. Sería súper interesante que dentro de la malla hubiese un par de horas de eso. Que las personas que con bagaje, se necesita principalmente ojo musical y conocimiento. “Volver a vivir un siglo sin ser sabio competente” decía La Violeta. Y eso es así, quien tiene muchos años no necesita ser un sabio para saber. Se aprende in situ. Sería ideal unas horas de conocimiento de cómo armar una productora, o armar una editorial o qué herramientas necesita un productor legalmente. Saber defenderse dentro de un medio es una buena herramienta. Un escudo y una espada te lo daban hasta en la Edad Media.” (PR2.13)

El tercer productor consultado, hizo al igual que uno de los estudiantes, alusión a la política de no lucro de la UAHC y la visión social, de contribución al medio, con que cuenta la UAHC:

“Claro (que sería de beneficio), pero sería una editorial bastante singular, ya que hay principios que mantiene la universidad, que obviamente no tiene nada que ver con el mercado, ni con el vender. Entonces, la visión de producción musical que se instala aquí es una visión más bien social. Es un productor que es un agente cultural, más que alguien que está pensando en componer o producir el próximo hit del verano. Sino que más bien es rescatar las nuevas expresiones musicales y darlas a conocer o difundirlas de alguna manera.” (PR3.14)

Este último asegura que una editorial dentro de la universidad sería de beneficio, dentro de los parámetros y postura que mantiene la misma. Ve a los productores egresados como un agente cultural que pretende rescatar nuevos artistas y sus expresiones, donde tal vez la editorial podría jugar un papel importante.

Asimismo, los profesores entrevistados comentaron al respecto que el concepto de no lucro que mantiene la universidad serviría para apoyar y lanzar otro tipo de proyectos, proyectos que de por sí serían descartados en los medios por pertenecer a otros géneros o simplemente por no ser música comercial:

“Yo creo que sí porque tiene una particularidad que la hace diferente como cuando hablamos del concepto de gratuidad, es una universidad que no lucra. Entonces, yo creo que tener una casa editora de esta universidad, podríamos escuchar música que nadie grabaría. Y eso significa poner en circulación ciertas músicas que nadie ha pescado. No sé, la música del Pájaro Araya, ponte tú, que se empezaron a grabar y están allí como un proyecto en pausa.” (PF1.12)

Una opinión distinta la ofrece otro de los profesores entrevistados:

“... Pero si tu me preguntas si a la universidad le convendría tener una editora, no lo sé. Es un medio que yo creo, encerrado en esta universidad que tiene la característica de no venta de productos, donde le hacen mucho el quite al tema comercial. Lo que se hace aquí es desarrollar concursos y festivales, en los cuales, tú te ganas el concurso, te editan y te sacan. Por ejemplo yo gané un concurso y voy a editar un disco. Y como la universidad es un estamento de conocimiento y aprendizaje, de desarrollo de país, entrar en esa dinámica creo que es un poco lejano. Más aun si va a tener que tranzar con el mundo del comercio artístico.” (PF2.14)

Este profesor no está seguro de la conveniencia de contar con una editorial musical, primeramente por los valores que mantiene la misma. El mismo profesor menciona que dentro de la UAHC tomar decisiones, de por sí, es complejo:

“Aquí las decisiones pasan por comités, comisiones, y generalmente el que firma es el rector, el vicerrector, un enredo.” “... pero que una universidad se ocupe de instalar, vender un producto, es un proceso que las universidades no entran en sus capacidades.” (PF2.15)

“... Por ejemplo el disco de Claudio Araya, no lo lograron sacar jamás. Quedó ahí. Hicieron el master, y nunca pudieron sacarlo. No pudieron por plata, porque hubo mucho enredo. No tienen el manejo. Ni siquiera hay una unidad que se dedique a hacer el arte del disco. Entonces, lo que puede hacer la universidad es pasarte el estudio, como un aporte a la comunidad.” (PF2.16)

Este último entrevistado señala la falta de coordinación, la carencia de una unidad que se ocupe de los distintos procesos en el lanzamiento o promoción de un disco, incluido el arte de tapas. El mismo profesor entrevistado finaliza destacando lo útil que sería contar con un catálogo de los discos producidos al interior de la UAHC:

“Sí sería de utilidad que hicieran un catálogo de los discos, los cuales puedan ponerlos, diciendo “estas son producciones de la Academia de Humanismo Cristiano, la cual está preocupada de levantar el arte y los artistas”, y todo el discurso detrás. Lo que puede hacer es levantar el catálogo con una cierta apuesta, pero hasta allí llega. Tal vez hacer un afiche en el medio, promocionando el disco, es un llamado de la institución. Pero tampoco va a tener tanta relevancia como lo podría hacer una productora en un lanzamiento.” (PF2.16)

El siguiente profesor entrevistado, al ser preguntado si sería de beneficio para la UAHC contar con una editorial musical propia señala:

“Por supuesto que sí. Porque le daría mucho mas fuerza a lo que va sucediendo acá. A los chicos también y podría incluirlos en todo esto (se refiere a la ley del 20%).” (PF3.11)

En resumen podemos concluir diciendo que casi la totalidad de los entrevistados están de acuerdo en que la presencia de una editorial musical dentro de nuestra universidad tendría beneficios. Desde la misma creación de un catálogo de composiciones, discos y artistas, hasta la difusión de los mismos son referidas por los entrevistados como beneficios. El único aspecto que parece preocupar a más de uno, es el de no lucro que mantiene la misma desde su fundación.

La inclusión de una editorial musical dentro de la universidad misma posibilitaría cumplir con la finalidad del arte, permitiendo que las obras lleguen al público, y cerrando así el círculo como lo indica Orozco (2014). Por otro lado, la esencia de la UAHC, permitiría promover obras de diferentes géneros, no necesariamente comerciales, permitiéndose ir en contra del hegemonismo que se puede evidenciar en las radios y demás medios de comunicación (Chomsky, 2004), aún en el contexto actual de la denominada Ley del 20%.

VIII. CONCLUSIONES:

8.1. HEGEMONISMO CULTURAL VERSUS LEY DEL 20%

Como ha quedado aclarado en capítulos anteriores, el concepto de arte actual es acotado y servil a un sistema hegemónico que pretende estandarizar criterios culturales a escala global (Kanoussi, 2004). Criterios que pretenden ser en cierta forma removidos por la llamada Ley del 20% y sus impulsores, aunque sin resultados aparentes hasta la actualidad. Debemos repasar los aciertos y errores que se han cometido con esta ley, para en el futuro próximo lograr la tan ansiada inclusión de una variedad de artistas y géneros que reflejen el abanico cultural nacional.

Las críticas a la Ley del 20% son variadas y hablan de la falta de inclusión, la desprotección de los artistas y géneros no radiales, e incluso se habla de la existencia de un monopolio liderado por la propia SCD. Muchos países que optaron por adoptar una ley de cuotas radiales, demostraron que tanto el porcentaje como los criterios de inclusión pueden ser alterados sobre la marcha de este proceso para obtener los resultados anhelados. Es de esperar que lo mismo ocurra en Chile, para finalmente lograr más adeptos y un abanico de artistas y géneros que sea realmente un crisol cultural. Debemos lograr que la Ley del 20% sea un ejemplo de inclusión, como así también un ejemplo de oposición a la hegemonía imperialista que Estados Unidos ejerce sobre los países de América Latina y el resto del mundo.

Durante las últimas décadas, y más precisamente desde la dictadura militar, el público chileno se había abstenido de escuchar música chilena. Pues esa era precisamente la idea del modelo dictatorial impuesto por la Escuela de las Américas de Estados Unidos: la imposición de un modelo político, económico y cultural estándar en toda Latinoamérica, para evitar la entrada del Comunismo. Con ello se logró el desplazamiento de los artistas nacionales y sus letras adversas al gobierno, y se favoreció la entrada de la música de consumo rápido, en un idioma foráneo que pocos pudieran entender, y pensada para las masas, música que traían las editoriales multinacionales: Sony, Emi, Universal, entre otras (Gonzalez Uresti, 2000).

Este modelo hegemónico fue el encargado de destruir no sólo la industria musical local, sino también las demás ramas artísticas como en el caso del cine, desfavoreciendo la identidad cultural nacional al mismo tiempo que hablaba de un “arte americano”, cuando en realidad ocultaba “... *los verdaderos fines perseguidos con este enfoque de la cuestión: coloniaje cultural y artístico paralelo al coloniaje*

económico y político.” Carpani (1961). Este coloniaje cultural fue establecido desde los años veinte a través de la masificación mediática. Ella “educaba” a las masas en el consumo por medio de la publicidad y la persuasión (Barbero,1987).

Pero por otro lado, y como consecuencia de la Ley del 20%, las editoriales transnacionales se ven hoy obligadas a salir a buscar nuevos artistas de origen chileno para poder ampliar sus catálogos, y no quedarse fuera de ese 20% que impulsa la ley. Además, y en referencia a las discusiones de sonoridad, deberán mejorar la calidad de las producciones locales para poder ser difundidas a la par de sus artistas ya consagrados internacionalmente.

Asimismo, durante la investigación se evidenció la falta de interés de los músicos por conocer las normativas asociadas a la música en el país. Algo realmente preocupante es el desconocimiento de cómo llevar adelante el proceso de registro de obras. Más aún si se visualiza que este es el primer paso para que esas obras sean incluidas en los medios de difusión con la Ley del 20% y poder finalmente ampliar el catálogo de producciones locales. Sería de beneficio incluir en los años iniciales de las carreras de la Facultad de Arte algún taller donde se impartan al menos nociones básicas de cómo realizar el registro de obras en el DIBAM, normativas asociadas al arte, derechos de autor y derechos conexos.

El tema de la falta de diversidad en los medios de comunicación fue resaltado por la mayoría de los entrevistados, pero no parece lógico hablar de ello si desconocemos las leyes o simplemente si no contribuimos con el registro de nuestras obras. Y si bien es lógico acudir a las redes sociales como plataformas alternativas de difusión, considero que debemos hacernos cargo de nuestras culpas y unir lazos y criterios para exigir una modificación a la Ley del 20% que permita la inclusión y el fomento de los artistas y géneros que faltan incluir.

Frente al aumento exclusivo de la música nacional pop en las radios, es necesario establecer un criterio adicional basado en porcentajes por géneros musicales, como cita el Observatorio de Políticas Culturales (2015) en el caso de Australia. En este sentido, es necesario indicar que estos mecanismos ayudan a la diversidad de estilos musicales, pero aún más importante, proporcionan mayores oportunidades frente a las amenazas generadas por los procesos globalizadores y la entrada de cadenas de radio, discográficas y editoriales multinacionales. Además proporcionan mayores oportunidades laborales a los músicos y productores musicales, y junto con ello a otros artistas y empresas que forman parte de la cadena industrial de la música, tales como diseñadores, impresores, duplicadoras, distribuidoras, estudios de grabación y sellos discográficos. (OPC, 2015).

La Escuela de Producción Musical podría desempeñar un papel importante generando conciencia acerca de los errores y aciertos de la Ley 20.810. Dicha conciencia podría lograrse a través de charlas y talleres con asistencia libre tanto para estudiantes de la UAHC, artistas, como así también para el público en general. El objetivo sería generar conciencia de que estamos bajo la influencia de un modelo cultural hegemónico que podemos cambiar entre todos, y que la Ley 20.810 o Ley del 20%, para bien o para mal, fue concebida para apoyar a los artistas, autores, compositores y productores nacionales, herramienta que tendremos que aprender a utilizar para sacar provecho de ella.

8.2. RELACION ENTRE LA PRODUCCIÓN MUSICAL Y LA LEY DEL 20%

Muchos entrevistados respondieron que no existía relación entre la producción musical y la Ley del 20% de la música chilena. Dicha relación debería ser posible, pues la idea de la ley es la inclusión y como bien lo decía la Presidenta Bachelet, en un principio se pretendía lograr más trabajo para todos los artistas y no sólo para un puñado de ellos. (Gobierno de Chile, 2015). Como se expresó anteriormente, deberán ser revisados los errores y aciertos para lograr el perfeccionamiento de la misma, para lo cual el aporte de los músicos y artistas será crucial.

Asimismo, las producciones locales deberían haberse vistas favorecidas con la promulgación de ella, y si no ha sido así, no es por otra cosa mas que por el mal manejo de los criterios inclusivos de la misma. El musicólogo González claramente expresaba en una entrevista que *“... Lo que fomenta realmente son las oportunidades de trabajo y difusión, entonces digamos que es una ley de los músicos chilenos que están activos.”* (Alarcón, 2014).

Como bien lo expresa el musicólogo, la ley beneficia a los músicos en actividad y favorece la reproducción y difusión de obras realizadas en los últimos tres años, pero deja de lado otras que también forman parte del patrimonio musical chileno. Quedará pendiente para un futuro desarrollar un plan de recuperación de obras musicales antiguas, que sean merecedoras de integrarse como patrimonio cultural nacional. De otra forma, se propicia la cultura del momento y se produce el advenimiento de la consecuente pérdida de identidad nacional.

Por otra parte, considero que las producciones locales no necesariamente deben someterse a un formato radial de tres minutos de duración para poder ser incluidas en las parrillas radiales, por el contrario, la libertad de expresión incluye al formato y al género, y dicha libertad debe ser parte esencial dentro de los criterios que establece esta ley. Y una vez que se logre la libertad en cuanto a formato y género, artistas de diversas instituciones o universidades podrán contribuir con su arte a la felicidad de la comunidad de la que forman parte. Con ello, desde la fusión latinoamericana hasta el rap local podrían tener cabida en las parrillas radiales, ampliando las posibilidades de sonoridades en las radios y captando diversos públicos. Ello contribuirá al surgimiento de nuevos artistas y sus seguidores, llevándolos a dar conciertos en vivo, lo cual incrementará la industria musical local.

8.3. UNA EDITORIAL MUSICAL COMO APORTE A LA SOCIEDAD

Debemos ser capaces de ampliar el concepto de arte que nos ha sido impuesto por el hegemonismo cultural, dando lugar a nuevos géneros y formas en el caso de la música (Castro, 2015). Debemos superar los estándares impuestos para poder tocar con nuestro arte el alma de cada vez más gente. Debemos superar la individualidad, como lo plantea Fischner (1963) y hacer que nuestro arte tenga una función social. Y qué mejor función social que aportar felicidad al destinatario final: el público (Schopenhauer, 2009). Esto puede ser llevado adelante con la existencia de una editorial dentro de la Facultad de Artes. Esta serviría de nexo entre los artistas y el público. Y además de tener la función de resguardar las obras de los jóvenes artistas al interior de la misma, una especie de biblioteca dando testimonio del paso de estos y su evolución a lo largo de sus carreras, tendría una función social aportando felicidad a la comunidad.

Un problema no menor es que el concepto de editorial musical es desconocido por la gran mayoría de los entrevistados, incluso los profesionales no reflejan una claridad total al respecto. Algunos lo confunden con la actividad que realiza un sello discográfico e incluso una productora musical. Sería importante dar a conocer a los miembros de la Facultad de Artes acerca del funcionamiento de una entidad de este tipo, ya que desempeña un papel muy importante a la hora de promocionar artistas, velar por sus derechos y construir y promocionar el catálogo de obras producidas, ya que *“... la piedra angular del negocio editorial son los catálogos musicales y la habilidad de estas empresas para mover las obras dentro de la industria, además de*

su capacidad de interesar a discográficas y agencias de publicidad.” (Brabec & Brabec, 2008). Considero que es crucial para el desempeño de todos los artistas, convirtiéndose en el nexo entre estos y la comunidad en la que están insertos.

Muchos estudiantes entrevistados se quejaron de la falta de apoyo por parte de la universidad, y es por ello que recurren a las redes sociales o tocatas en metros y micros para difundir sus obras. Considero que la educación universitaria es demasiado cara como para que al final del trayecto se los deje a los músicos desamparados, deambulando por las calles con sus obras bajo el brazo como músicos recién iniciados y carentes de profesionalismo. Es deber de la universidad promover el material de los artistas que alberga y para ello nada mejor que contar con una editorial propia que se encargue de generar un catálogo acorde para lograr “... seducir a discográficas, agencias de publicidad y los medios masivos de comunicación.” (Christman, 2015).

8.4. OBJETIVO DE UNA EDITORIAL MUSICAL EN LA UAHC

Los lineamientos e ideales que han dado sustento a la Universidad Academia de Humanismo Cristiano se basan en la función social y una política de no lucro. Estos fueron señalados por algunos de los entrevistados más experimentados como un impedimento a la hora de diseñar una editorial musical para la misma. Pues considero que, lejos de ser una obstrucción, sería algo positivo. Pues la editorial debería ser capaz de situarse en el lugar del artista, acompañando e impulsando su desarrollo como tal, de manera democrática, sin buscar el lucro, sino buscando su posicionamiento y la difusión de sus obras. Y el artista sería finalmente quien tomaría las decisiones de cómo negociar sus obras y dónde, finalmente, posicionarlas.

No es mi propósito ofrecer un proyecto o modelo de editorial musical para la UAHC, sino simplemente abrir horizontes de posibles salidas a los problemas que enfrentamos los artistas que estamos siendo formados dentro de esta institución.

En resumen podemos expresar que existen tres pilares que deben ser perfectamente cimentados en la formación de los músicos profesionales, es decir, durante los años de estudios proporcionados por las instituciones universitarias:

- 1) el conocimiento de las normativas asociadas a su profesión: leyes que amparan, regulan y limitan o dan un marco legal a la profesión;

2) el conocimiento de las entidades asociadas a su profesión: tales como la SCD, el DIBAM, y otras que ofrecen apoyo a los artistas como el FONDAR;

3) el conocimiento de cuál es su rol dentro de la sociedad actual: es decir ya no verse como un ser individual sino como un actor social capaz de producir transformaciones relevantes para lograr como último objetivo el bienestar y la felicidad de su sociedad.

Dichos pilares podrían ser instruidos por la misma Facultad de Artes durante el cursado de las carreras artísticas, incluyendo estas nociones en algún ramo específico y tal vez común a todas las carreras.

Quedarán para futuros estudios definir lineamientos y estudiar más a fondo la posibilidad de concretar una editorial musical para la Facultad de Artes. Sin embargo, se hace necesario recalcar que los artistas necesitamos mayor apoyo, y que la implementación de una editorial musical bajo el contexto actual de la llamada Ley del 20% de música chilena podría brindar oportunidades laborales a los artistas y permitiría dar a conocer las producciones, no sólo musicales, que se hacen alrededor de las escuelas de danza, teatro, cine y música. Y de no ser así, porque la anhelada ampliación de la ley no se produzca, igualmente serviría como un nexo entre artistas y comunidad. Porque finalmente, este es el fin último por el que los artistas nos movemos, creamos y nos apasionamos. El fin que buscamos y anhelamos es proyectarnos, reconocernos a nosotros mismos, contribuir a la sociedad con nuestras obras, y con ellas, por fin, brindar felicidad.

IX. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Schoenherr, S. (2004). *Thomas Edison and the "Heroic Age"*. Audio Engineering Society. Recuperado de:
<http://www.aes.org/aeshc/docs/recording.technology.history/edison.html>

Biografías y vidas. *Edison*. Recuperado de
<http://www.biografiasyvidas.com/monografia/edison/fotos5.htm>

Máquinas antiguas. *Edison y su fonógrafo*. Recuperado de
<http://www.maquinasantiguas.com/fonografo-de-edison.html>

Schoenherr, S. (1999). *Edison Tin Foil Phonograph 1877*. Audio Engineering Society. Recuperado de:
<http://www.aes.org/aeshc/docs/recording.technology.history/tinfoil77.html>

USA Library of Congress. *The Gramophone: Early sound recording devices*. Recuperado de <https://memory.loc.gov/ammem/berlhtml/berlgramo.html>

Schoenherr, S. (2004). *The early gramophone*. Audio Engineering Society. Recuperado de
<http://www.aes.org/aeshc/docs/recording.technology.history/berliner.html>

Schoenherr, S. (2004). *Early Talking Machines*. Audio Engineering Society. Recuperado de:
<http://www.aes.org/aeshc/docs/recording.technology.history/afteredison.html>

Schoenherr, S. (2006). *Microphones 1*. Audio Engineering Society. Recuperado de
<http://www.aes.org/aeshc/docs/recording.technology.history/microphones1.html>

British Phonographic Industry. Recuperado de
<https://www.bpi.co.uk/assets/files/A%20and%20R%20wording.pdf>

History of Rock. *Phil Spector*. Recuperado de: <http://www.history-of-rock.com/spector.htm>

Ordoñez, G. (2012) Genios en los controles: la historia de la producción musical. *Revista de 10.mx*. Recuperado de: <http://archivo.de10.com.mx/cine-musica/2012/genios-en-los-controles-la-historia-de-la-produccion-musical-14422.html>

Attali, J. (1995). *Ruidos: ensayo sobre la economía política de la música*. Madrid, España: Siglo XXI Editores.

Burgess, R. (2005). *The Art of Music Production*. (3a ed.). London, United Kingdom: UK Music Sales.

Universidad Complutense de Madrid. *Editoriales*. Recuperado de: <https://trabajoeditorialesucm.wordpress.com/definicion-de-editorial/proceso-editorial/>

Brabec T. & Brabec J. (2008). ASCAP. *Songwriter and music publisher agreements: A Relationship Necessary For Success*. Recuperado de: <http://www.ascap.com/music-career/articles-advice/industryNotes/200809.aspx>

Alberti, A. (2011). Kobalt Music Group: Redefining Music Publishing. *Music Business Journal*. Recuperado de: <http://www.thembj.org/2011/12/kobalt-music-group-redefining-the-role-of-a-music-publisher/>

Gordon, S. (2015). Now you know everything about music publishing. *Digital Music News*. Recuperado de: <http://www.digitalmusicnews.com/2015/08/26/now-you-know-everything-about-music-publishing/>

Christman, E. (2015). Publishers said to be missing as much as 25 percent of streaming royalties. *Billboard*. Recuperado de: <http://www.billboard.com/articles/business/6737385/publishers-songwriters-streaming-25-percent-royalties>

Diccionario Enciclopédico Salvat. (1985). (15a ed.). Barcelona, España: Salvat Editores S.A.

Ecured. *Concepto de Editorial*. Recuperado de: http://www.ecured.cu/Editorial_Ariel

Subercaseaux, B. (2010). *Historia del libro en Chile. Desde la colonia hasta el Bicentenario*. (3a ed.). Santiago de Chile: Lom Editores.

Universidad de Salamanca (USAL). *Historia del libro y las bibliotecas antes de la aparición de la imprenta*. Recuperado de: <http://sabus.usal.es/docu/pdf/Histlib.PDF>

Schiffrin A. (2001). *La edición sin editores: las grandes corporaciones y la cultura*. (1a ed.). México: Ediciones Era.

UNESCO. *Salterio de Maguncia*. Recuperado de:
<http://www.unesco.org/new/es/communication-and-information/memory-of-the-world/register/full-list-of-registered-heritage/registered-heritage-page-5/mainz-psalter-at-the-austrian-national-library/>

Rink, J. (2006) *La interpretación musical*. España: editorial alianza. Recuperado de https://drive.google.com/file/d/0B6NW_wyR5FAIaFhSRU1xRjBuVDQ/view

Apel W. (1969). *Harvard Dictionary of Music*. (2a ed.). Cambridge: Harvard University Press.

Mutopia Project: Free sheet music for everyone. Recuperado de <http://www.mutopiaproject.org/>

Grow, K. (2016). Music Royalties Initiative Unites YouTube, Spotify, Labels. *Rolling Stones*. Recuperado de <http://www.rollingstone.com/music/news/music-royalties-initiative-unites-youtube-spotify-labels-20160613>

OPC (Observatorio de Políticas Culturales). *Informe sobre sistemas de música nacional en radios*. Recuperado de:
<http://www.observatoriopolicasculturales.cl/OPC/wp-content/uploads/2015/03/Informe-m%C3%BAsica-nacional-en-radios.pdf>

Rodríguez, I. (2010). El quinto poder. *Cuota de música local en radios: lo que podría pasar*. Recuperado de: <http://www.elquintopoder.cl/medios/cuota-de-musica-local-en-radios-lo-que-podria-pasar/>

La Discusión. *Preocupa en radios locales impacto de la “Ley del 20%” de música chilena*. Recuperado de: <http://h.ladiscusion.cl/index.php/vidaycultura/43797-preocupa-en-radios-locales-impacto-de-la-ley-del-20-de-musica-chilena>

Tapia, A. (2014). Presidente de Archi: “La ley de música chilena es mala y no cumplirá las expectativas”. *T13*. Recuperado de:
<http://www.t13.cl/noticia/entretencion/pdte.-de-la-archi-el-20-de-musica-chilena-es-una-mala-ley-que-no-cumplira-los-efectos-deseados>

Vaccaro, C. (2015). *Preocupa en radios locales impacto de la Ley del 20% de música chilena*. La discusión.cl. Recuperado de:
<http://h.ladiscusion.cl/index.php/vidaycultura/43797-preocupa-en-radios-locales-impacto-de-la-ley-del-20-de-musica-chilena>

Alarcón, R. (2014). Juan Pablo González y ley de 20% de música chilena: “El Estado debería premiar antes que castigar. *Diario UChile*. Recuperado de: <http://radio.uchile.cl/2014/04/20/juan-pablo-gonzalez-y-ley-de-20-de-musica-chilena-el-estado-deberia-premiar-antes-que-castigar>

Gobierno de Chile. (2015). *Presidenta Bachelet: “Con esta nueva Ley de Fomento de la Música Nacional ganamos todos”*. Recuperado del Sitio Web del Gobierno de Chile, de: <http://www.gob.cl/2015/04/10/presidenta-bachelet-con-esta-nueva-ley-de-fomento-de-la-musica-nacional-ganamos-todos/>

Echenique, B. W. (2014). Música chilena en las radios: la ley de los que sobran. *El quinto poder*. Recuperado de: <http://www.elquintopoder.cl/cultura/musica-chilena-en-las-radios-la-ley-de-los-que-sobran/>

Del Real, A. & Vergara, C. (2015). Los cambios y ajustes que preparan las radios para la ley del 20% de música chilena. *La Tercera*. Recuperado de: <http://www.latercera.com/noticia/entretencion/2015/04/661-625337-9-los-cambios-y-ajustes-que-preparan-las-radios-para-la-ley-del-20-de-musica.shtml>

El Mostrador Magazine. (2016). *A un año de la Ley del 20% de la música chilena, auditores extrañan mayor participación de músicos nacionales*. Recuperado de: <http://www.elmostrador.cl/cultura/2016/04/28/a-un-ano-de-la-ley-del-20-de-la-musica-chilena-auditores-extranan-mayor-participacion-de-musicos-nacionales/>

Velasco, C. A. (2015). Ley del 20%: La música como producto de consumo. *Observatorio DUOC*. Recuperado de: http://observatorio.duoc.cl/ley_del_20_la_musica_como_producto_de_consumo

Mas música chilena. *Preguntas Frecuentes*. Recuperado de: <http://masmusicachilena.cl/Preguntas>

González Uresti, L. A. (2000). Reflexiones en torno al concepto de Globalización. *Revista de Humanidades: Tecnológico de Monterrey*, 9, 181-194. Recuperado de: <http://www.redalyc.org/pdf/384/38400909.pdf>

González Uresti, L. A. (2000). Los marginados de la Globalización: un dilema humanitario. *Revista de Relaciones Internacionales de la Universidad de La Plata*. Recuperado de: <http://revistas.unlp.edu.ar/RRII-IRI/article/viewFile/1555/1493>

Martín Barbero, J. (1987). *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y*

hegemonía. México: Editorial Gustavo Gili S.A.

Schopenhauer, A. (2009). *El mundo como voluntad y representación III*. Madrid: Trotta Editorial.

Saxe-Fernández, J. (1999). “*Globalización e Imperialismo*” en John Saxe-Fernández, *Globalización: crítica a un paradigma*. México: Plaza & Janés.

Castro Rodríguez, S. J. (2005). *En teoría, es arte. Una introducción a la estética*. Madrid: Edibesa.

Chomsky, N. (2004). *Hegemonía o supervivencia*. Bogotá: Grupo Editorial Norma.

Habermas, J. (1981). *Historia y Crítica de la Opinión Pública: La Transformación de la Vida Pública*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili S.A.

Kanoussi, D. (2004). *Poder y hegemonía hoy. Gramsci en la era global*. México: Plaza y Valdéz.

Orozco, E. M. (2014). *Siempre es ayer. ¿Cuál es la finalidad del arte?*. Recuperado de: <http://estanislaomorozco.blogspot.cl/2011/11/cual-es-la-finalidad-del-arte.html>

Ruiz Acosta, M.J. (1998). De la mecanización del arte de los escribas. *Revista Latina de Comunicación Social*. Ed. Julio 1998. Recuperado de: <http://www.revistalatinacs.org/a/12mjrsevilla.htm>

Millares, A. (1986). *Introducción a la historia del libro y de las bibliotecas*. México: FCE.

Olabuénaga, J. I. (2003). *Metodología de la investigación cualitativa*. Bilbao: Universidad de Deusto.

Dijk, T. (1999). *El análisis crítico del discurso*. Barcelona: Anthropos.

Stake, R. E. (2007). *Investigación con estudio de casos*. Madrid: Ediciones Morata.

Canales Cerón, M. (2006). *Metodologías de investigación social: Introducción a los oficios*. Santiago: LOM Ediciones.

Sautu, R. et al. (2005). *La construcción del marco teórico en la investigación social*. Buenos Aires: CLACSO.

Inapi. *Derecho de autor: consideraciones generales.*

Recuperado de: <http://www.inapi.cl/portal/institucional/600/w3-article-842.html>

Biblioteca del Congreso Nacional de Chile. *Ley N°17.336. Propiedad Intelectual.*

Recuperado de:

<http://web.uchile.cl/archivos/derecho/CEDI/Normativa/Ley%2017.336%20Sobre%20Propiedad%20Intelectual.pdf>

Schopenhauer, A. (2009). *El mundo como voluntad y representación.* Madrid: Trotta.

Carpani, R. (1961). *Arte y revolución en América Latina.* Buenos Aires: Editorial Coyoacán.

Fischer, E. (1963). *The necessity of art.* Brooklyn: Verso Books.

X. ANEXO

10.1. LEYES DE FOMENTO DE LA MÚSICA CHILENA

El 31 de enero del 2004, se aprobó la Ley 19.928 del Consejo de Fomento de la Música Chilena, la cual establece:

“TITULO I

Del Consejo de Fomento de la Música Nacional

Artículo 1º.- El Estado de Chile apoya, estimula, promueve y difunde la labor de los autores, compositores, artistas intérpretes y ejecutantes, recopiladores, investigadores y productores de fonogramas chilenos, forjadores del patrimonio de la música nacional, para la preservación y fomento de la identidad cultural.

Artículo 2º.- Para los efectos de la presente ley, se entenderá por:

1) Música nacional: toda expresión del género musical, clásica o selecta, popular, de raíz folclórica y de tradición oral, con o sin texto, ya sea creada, interpretada o ejecutada por chilenos.

2) Música clásica o selecta: aquella música cuyo aprendizaje se realiza en base a normas académicas de consenso universal, que se registra y transmite preferentemente por vía escrita (partitura), que explora estructuras y formas complejas y cuyos autores son identificados.

3) Música popular: aquella música cuyo aprendizaje puede ser empírico y/o académico, que se transmite por vía oral, escrita o fonográfica, que cultiva formas y estructuras simples, con autores y compositores identificados, siendo de difusión y proyección masivas.

4) Música de raíz folclórica y de tradición oral: aquella música cuyo aprendizaje se realiza de manera directa o empírica, se registra y se transmite por vía oral, escrita o fonográfica, cultiva preferentemente estructuras y formas simples de antigua procedencia, con autores y compositores identificados o anónimos.

5) Autor: la persona natural creadora del texto literario de una obra musical.

6) Compositor: la persona natural creadora de la música de una obra.

7) Artista intérprete o ejecutante: la persona natural que interpreta y transmite mediante la voz o un instrumento la obra musical de un compositor.

8) Recopilador: la persona natural dedicada a la investigación, registro, rescate y difusión de la música de tradición oral.

9) Autores, compositores, artistas intérpretes y ejecutantes y recopiladores chilenos: los autores, compositores, artistas intérpretes y ejecutantes, y recopiladores, de nacionalidad chilena o extranjeros domiciliados en Chile.

10) *Productor fonográfico: la persona natural o jurídica responsable de la primera fijación de los sonidos de una interpretación o ejecución u otros sonidos, sin importar la técnica utilizada.*

11) *Editor musical o editor de música: la persona natural o jurídica que se ha constituido en titular derivado de derechos patrimoniales de autor de obra musical o literario musical, encargada de su explotación y responsable de gestionar su promoción y publicación por cualquier medio.*

12) *Realizador musical: la persona natural responsable de la realización artística de la grabación sonora de una obra musical.*

Para los efectos de la presente ley, se aplicarán, en lo que no sean contrarias a ella, las definiciones establecidas en la ley N° 17.336, sobre Propiedad Intelectual.” (Biblioteca del Congreso Nacional de Chile, 2016).

En su Artículo 3° establece que se crea el Consejo de Fomento de la Música Nacional, y en el Artículo 5° crea el Fondo para el Fomento de la Música Nacional.

El 15 de abril del 2015, se aprobó la ley 20810 que establece porcentajes mínimos de emisión de música nacional y música de raíz folklórica oral, a la radiodifusión chilena. La misma nace como una modificación a la Ley 19.928, y principalmente amplía el Artículo 15° quedando de la siguiente manera:

“Artículo 15.- El Consejo de Fomento de la Música Nacional podrá celebrar convenios con entidades de radiodifusión, televisión u otras, con el objetivo de que incluyan en su programación, en el territorio nacional, determinados porcentajes de música nacional.

El reglamento establecerá la forma en que se efectuará la certificación de los porcentajes convenidos, así como la ponderación que se asignará a las entidades que hayan suscrito los acuerdos mencionados en el inciso anterior, en los concursos, licitaciones y campañas indicadas en los números 5) y 10) del artículo 3°.

Sin perjuicio de lo dispuesto en el inciso primero, las radioemisoras que operen concesiones de radiodifusión sonora, en su programación diaria deberán emitir al menos una quinta parte (20%) de música nacional, medida sobre el total de canciones emitidas, distribuida durante la jornada diaria de transmisión de cada emisora, sin que pueda acumularse más de la mitad del total de la emisión de la música en horario nocturno, esto es de 22:00 a 06:00.

En cumplimiento de la obligación dispuesta en los incisos anteriores, las emisoras podrán incluir los programas de difusión de música u otras expresiones culturales, de compositores, artistas o creadores indígenas según lo establecido en los artículos 1° y 7° de la ley N° 19.253.

Del porcentaje de música nacional a que se refieren los incisos anteriores, a lo menos un veinticinco por ciento (25%) deberá estar destinado a:

a) *Composiciones o interpretaciones musicales emergentes, entendiéndose por tales aquellas grabadas en fonogramas en los últimos tres años contados desde la fecha de la emisión radial, o b) Composiciones o interpretaciones de identificación regional o local, de acuerdo al área de concesión.*

El porcentaje mínimo a que se refieren los incisos precedentes se contará del total de las canciones u obras musicales emitidas que constaren en la planilla de ejecución diaria elaborada por cada radiodifusora.” (Biblioteca del Congreso Nacional de Chile, 2016).

XI. ENTREVISTAS REALIZADAS

Categoría: estudiantes de 2 año de Producción Musical de UAHC

Fecha: 30 de septiembre 2016

Hora: 13:30 hs

Tiempo de duración: 9:50

Entrevistador: Adrián Gimenez

Entrevistado: B. B.

Código: E1

Código	Entrevista	Unidad de Sentido
E1.1	<p>1. Cuál es tu vínculo con la producción musical?</p> <p>Bueno, yo soy estudiante. Yo antes estudiaba composición por harto tiempo, y en verdad estoy recién encontrándome con esta carrera. Antes estudiaba composición en la escuela moderna. Estudié tres años allí, estaba pasando a cuarto. Y quedé chata y ...</p> <p>Antes pensaba, como una decepción de mi misma, que si yo no podía con esa carrera no iba a ser capaz con la música. Con esta carrera (producción musical) encontré que hay muchas cosas que hacer con la música y no solamente componer o ser intérprete.</p> <p>Encuentro que con la producción es increíble que uno pueda abrirle espacios a tantas bandas. Estas haciendo algo súper importante por la música pero desde otro ángulo.</p>	<p>Formación universitaria</p> <p>Contribución al mundo artístico.</p>
E1.2	<p>2. Conoces leyes o normativas asociadas a la producción</p>	

E1.3	<p>musical?</p> <p>No mucho. Todo lo relacionado con los derechos de autor y los proyectos para concursar y las normas que uno debe seguir en relación al FONDAR.</p> <p>3. Qué opinas de la ley del 20%?</p> <p>Es una lata que de principio sea obligatorio, que obliguen a poner música chilena, cuando debería ser algo espontáneo y natural de todos los chilenos. No estoy de acuerdo, sin embargo creo que igual ha ayudado a los músicos a ... ni siquiera (se corrige) ni siquiera ha ayudado a nada, no suenan nunca, es mentira. Como que la ley es absurda y ni siquiera la llevan a cabo. Encuentro que no tiene ni pies ni cabeza. En la televisión tampoco.</p>	<p>Desconocimiento de leyes</p> <p>Crítica a la ley, (la ley no se lleva a cabo)</p>
E1.4	<p>4. Conoces donde posicionar tus composiciones?</p> <p>Si, está la SCD, y hay otras por aquí cerca que no las conozco. Sé que hay otras instituciones, como el DIBAM.</p>	<p>Desconocimiento del proceso de autoría</p>
E1.5	<p>5. Cuando tienes una composición lista. Qué haces con ella?</p> <p>La grabo en mi casa, en mi home studio. La grabo y voy viendo lo que le falta, o generalmente tengo una idea y voy componiendo mientras voy grabando y se me van ocurriendo las cosas. Voy componiendo en la misma grabación.</p>	<p>Definición en una forma de trabajo.</p>
E1.6	<p>6. Y cual crees que es el fin último de una composición tuya?</p> <p>Fin como un objetivo o como resultado? Pucha.. en un principio uno lo hace por sacarse algo de adentro es como la necesidad primera. Yo siento que cada compositor debería hacer su disco y aportar con algo, todos tienen algo que entregar. Yo nunca lo he hecho, ni disco, ni nada.. pero siento que deberían hacerlo todos.</p>	<p>El trabajo de composición es sobre la práctica.</p> <p>Los compositores tienen algo que aportar.</p>
E1.7	<p>7. Sabes que es una editorial musical?</p> <p>No.</p>	<p>Desconocimiento de una editorial musical</p>
E1.8	<p>8. Sabes cual es su funcionamiento?</p> <p>No.</p>	<p>Carencia de un proyecto musical propio</p>
E1.9	<p>9. Después de tener material listo en el estudio, qué haces con él?</p> <p>La verdad que yo solo he hecho canciones para la U. Nunca he hecho proyectos musicales propios. En relación a los temas de la U, se los muestro a todos mis amigos, lo mando a mis papás. Igual me da cosa terminar mis temas y que yo no haga nada con eso. No estoy haciendo una carrera de músico. Tampoco tengo los temas inscriptos entonces como que me da pudor subirlos. En verdad es</p>	<p>Temor a perder la autoría de los temas.</p>

E1.10	<p>solo para mostrar porque no tengo ningún objetivo con eso.</p> <p>10. Cual crees que es la relación entre la producción musical y la ley del 20%?</p> <p>Para empezar que uno produce a músicos, eventos y discos, y uno quiere que se difunda toda esa música. Igual sería útil si la ley se llevara a cabo realmente.</p>	Desconfianza en la ley del 20%
E1.11	<p>11. Consideras que la ley sería de beneficio?</p> <p>Obvio que sí, pero igual creo que nunca va a resultar. Igual está la autogestión, porque en verdad no sirve para nada la ley. No va para ningún lado.</p>	Desconfianza en la ley del 20%
E1.12	<p>12. En tu proceso formativo tanto dentro de esta Universidad como en tu anterior institución, te enseñaron que es una editorial musical?</p> <p>No, aún no.</p>	La autogestión como una solución
E1.13	<p>13. Sabes cómo es su funcionamiento?</p> <p>No.</p>	La editorial no es parte de un tema formativo.
E1.14	<p>14. Conoces alguna universidad que cuente con una propia?</p> <p>No.</p>	Desconocimiento de la existencia de otras editoriales.
E1.15	<p>15. después de brevemente explicar que es una editorial musical. Se le pregunta:</p> <p>crees que sería de beneficio para nuestra universidad contar con una editorial musical propia?</p> <p>si, porque por ejemplo, a nosotros como productores nos han hecho hacer jingles o una balada o cualquier estilo, que quizás no es el que te representa, pero igual lo haces porque eres músico y tienes que hacerlo. Seria bueno si yo no lo voy a usar para mi, que no voy a ser baladista o cantante de jingles, dárselo a alguien y ganar plata con mi composición. Ser productor se trata de eso.</p>	La editorial musical, sería un aporte para rescatar obras.
E1.16	<p>16. teniendo en cuenta que la universidad no maneja dineros, igual crees que sería bueno que tuviese un catálogo de composiciones?</p> <p>No sé. Es que es trabajo y si las canciones que nosotros hacemos pertenecen a la universidad y no podemos hacer nada con eso, no tiene mucho sentido.</p> <p>Sino que pueda hacer el contacto entre el compositor y el artista que quiera tomar el tema. Es importante que haya dinero de por medio, por los derechos de autor y todo eso.</p>	Interés en ganar dinero con las producciones.
		Confusión en relación al funcionamiento de una editorial.
		Interés en ganar dinero con las producciones.

Categoría: estudiantes de 2 año de Producción Musical de UAHC

Fecha: 07 de septiembre 2016

Hora: 13:45 hs

Tiempo de duración: 5:03

Entrevistador: Adrián Gimenez

Entrevistado: A. G.

Código: E2

Código	Entrevista	Unidad de sentido
E2.1	1. . Cual es tu vinculo con la producción musical? Soy estudiante de producción musical y compositor. Llevo trabajando cinco años en la producción musical y siempre me interesó para ser independiente y poder trabajar con otras bandas.	Formacion Univesitaria
E2.2	2. Conoces normativas asociadas a la producción musical? No.	Forma de trabajo Aporte al medio
E2.3	3. Conoces la ley del 20%? No.	Desconocimiento de leyes
E2.4	4. conoces donde posicionar tus composiciones? Compongo una canción, la convierto en partitura, y asi la puedo llevar al DIBAM para poder inscribirla y así tener los derechos correspondientes.	Desconocimiento de la Ley del 20% Conocimiento del proceso de registro de la obra
E2.5	5. Cual crees que es el fin ultimo de tus composiciones? Las composiciones son para ser comercializadas a la vez y para ser llevadas a cortometrajes, producción audiovisual.	Claridad en el objetivo de sus obras
E2.6	6. Apuntas a un publico específico? Últimamente mas para el publico joven, pero siempre me ha gustado abarcar mas publico, de todo tipo.	Objetivo llegar al público joven
E2.7	7. Sabes que es una editorial musical? No.	Desconocimiento de la editorial musical
E2.8	8. después que tienes material listo en el estudio de grabación. Qué haces con él? Lo lanzo en diferentes redes sociales y plataformas, como Spotify, Itunes, para que se promocione y sea escuchado. Tambien lo mando a proyectos audio visuales en forma de cd.	Uso de plataformas como medio de promoción
E2.9	9. le comento como funciona la ley del 20%. Luego se le hace la pregunta: Como crees que esta ley afectaría a la producción musical? Yo creo que afectaría positivamente porque así se promocionarían otros productos musicales. Acá en Chile no	La ley afecta positivamente Considera que en

E2.10	<p>hay mucho apoyo, y es necesario para que los artistas se atrevan a hacer cosas. Porque se han encasillado mucho en estilos para gustarle a la gente, y no hacen lo que realmente sienten, porque saben que en Chile la gente no va a apreciar o tienen que emigrar.</p> <p>10. en tu proceso formativo te enseñaron que es una editorial musical? No.</p>	<p>Chile no hay apoyo a los músicos</p> <p>Temor de los compositores de no gustar al público</p> <p>La editorial no es parte del proceso formativo</p>
E2.11	<p>11. Conoces alguna universidad que cuente con una? No.</p>	<p>Desconocimiento de la existencia de otras editoriales</p>
E2.12	<p>12. Luego de explicarle que es y como funciona una editorial musical. Le pregunto si cree que sería bueno para la Universidad contar con una.</p> <p>Respuesta: Sería excelente para la universidad porque apoyan al estudiante, y también se beneficia la universidad para saber como se están formando los estudiantes, el apoyo que le brindan. Sería muy bueno para uno como un apoyo. Porque en Chile es todo mas independiente y al ser así, es mas complicado.</p>	<p>La editorial como apoyo a los estudiantes</p> <p>La editorial sería de beneficio para la universidad</p>

Categoría: estudiantes de 2 año de Producción Musical de UAHC

Fecha: 06 de septiembre 2016

Hora: 12:20 hs

Tiempo de duración: 9:04

Entrevistador: Adrián Gimenez

Entrevistado: J. S.

Código: E3

Código	Entrevista	Unidad de sentido
E3.1	1. Cual es tu vinculo con la producción musical? Mas que nada como músico y tener mi propia producción. Soy estudiante de la carrera de producción, entre segundo y tercer año.	Formación universitaria
E3.2	2. Conoces normativas asociadas a la producción musical? Sólo las de derecho de autor.	Conocimiento de las normas del derecho de autor
E3.3	3. Conoces la ley del 20%? Si.	Conocimiento de la ley del 20%
E3.4	4. Qué opinas de esa ley? Es Rara. Encuentro que mucha gente que ha tocado, como el Pollo Fuentes, Richard, que son muy retocados y como que está muy viciada. Encuentro que “falta entrar aire mas fresco.” Y a nivel de producción encuentro que hay montañas de discos que uno no los va a escuchar nunca. Es muy poco el 20%.	Disconformidad con la ley del 20% Se repiten los mismos artistas Considera que hay mucha producción El porcentaje es poco
E3.5	5. Conoces donde posicionar tus composiciones? A los lugares que me invitan, voy y no me conocen, se quedan a escucharme. En bares, colegios, tocadas en sinagogas. También toqué mucho tiempo en la calle, y me aburrí. Encuentro que la gente va muy apurada como para que se detengan a escucharte.	Muestra sus obras en tocatas
E3.6	6. Una vez que terminas una composición, que haces con ella? Yo creo que nunca la termino, siempre le voy agregando cosas, es un proceso muy lento. Cosas que le voy incorporando a medida que voy aprendiendo cosas también aquí en la carrera.	El proceso de composición es largo.
E3.7	7. Pero no te tomas el trabajo de registrarla como obra tuya? No he ido nunca a la SCD, a dejar mis partituras, ni audios, no lo he hecho.	No registra obras.

E3.8	<p>En realidad se registran en el DIBAM. No? No. (Se pregunta y contesta solo).</p> <p>8. Sabes que es una editorial musical? No. Imagino que es como una editorial de libros.</p>	Desconocimiento del proceso de registro de obras
E3.9	<p>9. Conoces su funcionamiento? No.</p>	
E3.10	<p>10. Después de grabar un trabajo en el estudio de grabación. Qué haces luego con ese material? Lo tiro a mi venta ambulante, yo creo. Hago un cd, toco y lo ofrezco.</p>	Desconocimiento de la editorial musical
E3.11	<p>11. Cual sería la relación entre la producción musical y la ley del 20%? No. No sé. No tengo idea. No me veo incluido en esa ley. No sé como haría si tengo un disco o dónde lo voy a dejar. Si lo llevo a una radio, me dirían oye! Que haces tú?</p>	Posiciona sus producciones en la venta ambulante
E3.12	<p>12. En tu proceso formativo alguna vez te mencionaron que era una editorial musical? No. Nunca.</p>	Deconfianza en la Ley del 20% No se incluido
E3.13	<p>13. Conoces alguna universidad que cuente con una editorial musical? No, tampoco.</p>	La editorial no es parte del proceso formativo
E3.14	<p>14. Crees que sería de beneficio para nuestra universidad tener una editorial musical propia? Si, obvio. Viendo la cantidad de trabajos que se hacen sería bueno. Sería la raja que tuviera un sello o algo así.</p>	Desconocimiento de otras editoriales
E3.15	<p>15. Por qué crees que sería de beneficio? Porque tomaría como una entidad tu trabajo, y no solo uno se estaría preocupando de eso, sino también otras personas. No estarías solo difundiendo.</p>	La editorial sería de beneficio para la Universidad La editorial como medio de difusión para los estudiantes

Categoría: estudiantes de 3 año de Producción Musical de UAHC

Fecha: 06 de septiembre 2016

Hora: 15:10 hs

Tiempo de duración: 5:33

Entrevistador: Adrián Gimenez

Entrevistado: E. O.

Código: E4.

Código	Entrevista	Unidades de sentido
E4.1	1. Cual es tu vinculo con la producción musical? Soy estudiante de la carrera de producción musical de la Universidad Academia de Humanismo Cristiano.	Formación Universitaria
E4.2	2. Conoces normativas asociadas a la producción musical? Solamente la ley del 20%.	Desconocimiento de normativas en general
E4.3	3. Sabes qué es la ley del 20%? Se supone que en las radios chilenas deberían poner un porcentaje de 20% en total de toda la música que tienen. El 20% debe ser chilena.	Conocimiento de la ley del 20%
E4.4	4. qué opinas de esa ley? No es una ley bien regulada por el simple hecho de que tiende a considerar artistas que ya está muy rebuscados y consagrados, y no trata de buscar nuevos artistas. Y también que el 20% es muy poco para una ley. Debería ser como mínimo el 30%, y de allí hacia arriba.	Disconformidad con la Ley del 20% El porcentaje es poco
E4.5	5. Conoces donde posicionar tus composiciones? Desde hace muy poco, en el DIBAM para hacer el registro, el cual es necesario para hacer el posterior registro en la SCD. Es necesario hacer primero todo ese registro para después llevarlas a la radio, porque sino uno no saca ganancias con eso.	Conocimiento del proceso de registro de obras
E4.6	6. Una vez que tienes una producción en el estudio, qué haces con ella? Lo primero que haría sería llevarla a las redes sociales. Como lo mas próximo que tengo para dejar mi música en otro lado, como spotify, itunes, soundcloud, pero algunas pocas cosas nomas, no todo.	Difusión a través de las redes sociales
E4.7	7. cual es el fin último de la música, de tus composiciones? Cuando uno trabaja con otras personas para llevar cierta tarea acabo, depende mucho de la persona con la quien trabajo, yo le ayudo a llevar algo acabo, depende del genero que sea, y el sentido que quiera darle. Yo le ayudo	El fin ultimo es lograr el objetivo del cliente

E4.8	<p>a lograr su objetivo. El fin ultimo es tratar de llegar a la gente.</p> <p>8. Sabes que es una editorial musical?</p>	
E4.9	<p>No porque no he visto ninguna.</p> <p>9. conoces cual es su funcionamiento?</p> <p>No.</p>	Desconocimiento de la editorial musical
E4.10	<p>10. Luego de tener material listo en el estudio de grabación, que haces con él?</p> <p>Si es un trabajo de la universidad no lo publico, pero si son trabajos de fuera de la universidad, sí. No los publico porque te imponen ciertos requisitos que a veces no van de acuerdo con lo que uno quiere hacer. Están tomados de la mano con lo que quiere el profesor y se van de la visión de lo que quiere uno. Por eso no los publico.</p>	<p>No publica el material hecho para la universidad</p> <p>Sigue criterios del profesor</p>
E4.11	<p>11. Cual sería la relación entre la producción musical y la ley del 20%?</p> <p>Yo creo que no es difundir nueva música sino que va mas por el lado monetario. Ya que primero hay que registrar la obra, para luego llevarla a la radio y así ellos te pueden pagar, si es que se “pone” tu canción en la radio, porque de repente no pasa eso. Aunque siempre las radios tienden a poner música de afuera, es decir internacional, y no tanto música chilena, y si es música chilena es música muy repetida.</p>	<p>Disconformidad con la ley del 20%</p> <p>La ley persigue un objetivo monetario</p> <p>Se programa música internacional La música chilena se repite</p>
E4.12	<p>12. por qué crees que las radios ponen mas música de afuera o internacional?</p> <p>Puede ser por intereses económicos o porque a la gente tal vez no le gusta tanto la música chilena, yo creo. No sé si la gente en general opina lo mismo. Yo creo que no les gusta tanto el sonido. Y levantan ciertas bandas chilenas que no deberían sonar y que al público no les gusta. Tambien por los estilos musicales que ahora se mueven en Chile. A todos les gusta la pachanga, el reggaetón, y de repente las producciones que hacemos nosotros con mas batería y bajo, no tienen tanta aceptación.</p>	<p>Se persiguen intereses económicos</p> <p>Duda en cuanto a la calidad de las producciones chilenas</p> <p>La gente consume músicaailable y no tanto rock</p>
E4.13	<p>13. En tu proceso formativo, tuviste a la editorial musical como tópico?</p>	<p>La editorial es tópico del ramo composición y</p>

E4.14	Formalmente me lo están explicando ahora pero no demasiado bien. 14. En que ramo? En composición y arreglos y no sé por qué me están pasando eso en ese ramo, con el profesor Jaime Ramos. Eso se debería ver en algún taller de gestión.	arreglos Debería ser tema de un taller de gestión.
E4.15	15. Conoces alguna universidad que cuente con una editorial musical? Estoy en duda, no sé si la Universidad de Chile tendrá. Yo creo que sí la tiene.	Desconocimiento de otras editoriales La editorial sería de beneficio para la universidad
E4.16	16. Crees que sería de beneficio para nuestra universidad tener una editorial musical propia? Sí, por supuesto. Tenemos muchos proyectos que se hacen, se llevan a cabo en el año y no son publicados. O alumnos que hacen sus proyectos y no tienen los medios como para poder llevarlos a otros lados, sería una buena iniciativa hacerlo con gente profesional que sepa del tema.	La editorial para difundir material de los alumnos

Categoría: estudiantes de 3 año de Producción Musical de UAHC

Fecha: 28 de septiembre 2016

Hora: 11:30 hs

Tiempo de duración: 07:38

Entrevistador: Adrián Gimenez

Entrevistado: I. V.

Código: E5

Código	Entrevista	Unidades de sentido
E5.1	1. Cual es tu vinculo con la producción musical? Mi vinculo, es mas que con las máquinas y el tema técnico, es con la música en sí, y con las bandas. Estoy en tercer año.	Formación universitaria
E5.2	2. conoces leyes asociadas a la producción musical? Mas que normativas, conozco distintos aspectos de la producción que vendrían siendo normativas.	Desconocimiento de normativas
E5.3	3. leyes estatales? No.	
E5.4	4. conoces la ley del 20%?	Conocimiento de la

	Si.	ley del 20%
E5.5	5. que opinas de ella? Yo creo que está bien que el Estado se ocupe de la sapiensa de las personas en lo que es la música chilena, pero no estoy de acuerdo a que se imponga ese 20%, porque tal vez es subjetivo el gusto musical. No a todas las personas les gusta escuchar música chilena, pero no estoy de acuerdo con esa ley.	Disconformidad con la ley del 20% No debe haber imposición
E5.6	6. compones? Si,	
E5.7	7. conoces donde posicionar tus composiciones? Pasa que compongo para ciertas cosas. No para exponer las obras sino para trabajos, por ejemplo para una banda donde estoy pero no para venderlas.	Trabaja para una banda
E5.8	8. que haces con tus composiciones? Mi fin último es escribir lo que estoy sintiendo, es una expresión subjetiva. Mi fin ultimo es manifestar lo que uno siente. Eso es para mi componer, mas allá de los lineamientos y estructuras.	Fin último de la composición es la expresión personal
E5.9	9. sabes que es una editorial musical? No,	Desconocimiento de la editorial musical
E5.10	10. sabes como funciona? No,	
E5.11	11. después de haber grabado material en el estudio de grabación, que haces con él? Yo he grabado en el home studio. Idealmente uno envasa un producto y lo vende. Uno puede hacer una producción para un ramo y otra como uno la quiere. Si uno está contento con el resultado obtenido en el ramo, uno va mas alla con ese material. Caso contrario se hace otro.	El producto idealmente se envasa y vende. Concepto mercantilista de la música. Se sigue lineamientos del profesor.
E5.12	12. cual es la relación entre la producción musical y la ley del 20%? No creo que haya mucha. Pero al mezclar esas cosas, se pone mas en conocimiento a la música chilena entre la gente. Y así, va saliendo mas trabajo, y mas composiciones, y mas música chilena.	No hay mucha relación entre la producción musical y la ley del 20% La ley es positiva
E5.13	13. en tu proceso formativo te enseñaron que es una	La editorial musical no es parte del

	editorial musical? No	curriculum
E5.14	14. conoces alguna universidad que cuente con una? No	Desconocimiento de otras editoriales
E5.15	15. luego de explicar que es una editorial musical. Se le pregunta: ¿crees que sería de beneficio para nuestra universidad contar con una? Ahora que tú me lo dices, sería super beneficioso porque estaría ya teniendo un tipo de ganancia con lo que estás haciendo y no componer por componer. Como te dije antes tu producto sería ya envasado y sería atractivo. Sería una ayuda fundamental, claro que sí. Necesitaríamos de esa muy buena idea.	La editorial sería de beneficio para la universidad

Categoría: estudiantes de 3 año de Producción Musical de UAHC

Fecha: 06 de septiembre 2016

Hora: 17:15 hs

Tiempo de duración: 03:28

Entrevistador: Adrián Gimenez

Entrevistado: E. E.

Código: E6.

Código	Entrevista	Unidades de sentido
E6.1	1. Cual es tu vinculo con la producción musical? Soy estudiante de tercer año de la carrera de producción musical.	Formación universitaria
E6.2	2. Conoces normativas asociadas a la producción musical?	Desconocimiento de normativas
E6.3	No, oficialmente no. 3. Qué opinas de la ley del 20%? Ah! Esa también está relacionada? Opino que está bien que es un paso para la promoción de la música chilena pero por otro lado siento que hace falta mas variedad en	Conocimiento de la ley del 20% Disconformidad

E6.4	<p>ese 20%. Como que al final son los mismos que suenan mas, tales como Javiera Mena y Francisca Valenzuela.</p> <p>4. Conoces donde posicionar tus composiciones? Tú dices en el mercado? Creo que la primera opción es las redes sociales, que es como la opción mas real porque no se tiene que pagar.</p>	<p>con la ley</p> <p>Uso de las redes sociales como medio de promoción</p>
E6.5	<p>5. Una vez que tienes una composición lista, qué haces con ella? Por ahora las estoy grabando para luego armar una banda y tocarlas.</p>	<p>Proyección al futuro con una banda propia</p>
E6.6	<p>6. cual es el fin último de la música, de tus composiciones? Que la gente los escuche y si se puede ganar plata con ellas.</p>	<p>Fin último es que la música llegue al publico</p>
E6.7	<p>7. Sabes que es una editorial musical? No. Es como similar a una discográfica? O se refiere a ediciones de libros y revistas sobre música?</p>	<p>Generar ganancias</p> <p>Desconocimiento de la editorial musical</p>
E6.8	<p>8. conoces cual es su funcionamiento? No, tampoco.</p>	<p>Desconocimiento del funcionamiento de la editorial musical</p>
E6.9	<p>9. Despues de tener material listo en el estudio, qué haces con él? Lo subo a soundcloud, aunque aún no lo he hecho. Pero eso sería como el primer paso. Compartirlo en las redes sociales. Tocar en vivo es lo ideal también.</p>	<p>Redes sociales y recitales como medio de promoción de la música.</p>
E6.10	<p>10. Cual sería la relación entre la producción musical y la ley del 20%? Que a través de la producción musical se puede lograr que música independiente o con un sonido underground logren un sonido mas radial, por ejemplo, y puedan ser parte de este 20%.</p>	<p>La producción musical y La ley del 20% apuntan a un sonido radial</p>
E6.11	<p>11. Crees que eso está pasando? En muy menor medida. Creo que son unos pocos productores. Los mismos productores de siempre que producen a los artistas de siempre.</p>	<p>Disconformidad con la ley del 20%</p>
E6.12	<p>12. En tu proceso formativo, tuviste a la editorial musical como tópico?</p>	<p>La editorial musical no es tópico</p>

E6.13	No. 13. Conoces alguna universidad que cuente con una editorial musical? No. No sé qué es.	Desconocimiento de otras editoriales musicales La editorial musical sería de beneficio para la universidad
E6.14	14. Crees que sería de beneficio para nuestra universidad tener una editorial musical propia? Si yo te dijera que la editorial musical es la encargada de promocionar al artista, salvaguardar sus derechos y llevarlo al mercado. Entonces si, totalmente, sería un gran aporte, porque en general las composiciones de música que se producen en la universidad quedan ahí, y si es que alguno quiere hacer algo con ellas debe valerse por sí mismo.	La editorial musical como apoyo a los estudiantes

Categoría: estudiantes de 4 año de Producción Musical de UAHC

Fecha: 29 de septiembre 2016

Hora: 14:10 hs

Tiempo de duración: 05:28

Entrevistador: Adrián Gimenez

Entrevistado: C. G.

Código: E7.

Código	Entrevista	Unidad de sentido
E7.1	1. Cual es su vinculo con la música? Bueno, yo entré a estudiar producción musical por la música y vi que la carrera no era solamente teoría, leer partituras, hacer arreglos, sino también incluía la parte técnica, grabación y sonido y efectos. Estoy en cuarto año.	Formación universitaria
E7.2	2. Conoces leyes o normativas asociadas a la producción musical? Leyes, lo que se refiere a leyes, no.	Desconocimiento de normativas
E7.3	3. Que opinas de la ley del 20%? Está bien porque se le da preferencia a todo lo que es extranjero, siendo que debería dársele a todo lo que es nacional. Así que pienso que está bien.	Conocimiento de la Ley del 20%

E7.4	4. Conoces donde posicionar tus composiciones? Primero que todo registrarla porque uno, siempre que hace una composición para mostrarla debe tenerlas registradas, en caso de cualquier cosa.	Conocimiento del registro de obras
E7.5	5. Pero después de registrarlas, qué haces con ellas? Tratar que se toquen en algún lado o quiero que se conozcan, o que se usen para algún evento, video, película.	Claridad en el posicionamiento de sus obras
E7.6	6. Cual crees que es el fin ultimo de una composición? No sé si habrá un fin último. Se pueden hacer muchas cosas con una composición pero no sé si tenga un fin último.	No considera que haya un fin último
E7.7	7. Sabes que es una editorial musical? No.	Desconocimiento de la editorial musical
E7.8	8. Conoces cual es su funcionamiento? No.	Desconocimiento del funcionamiento de una editorial musical
E7.9	9. Después de que tienes material o una producción lista. Qué haces con él? Me refiero a tu etapa actual como estudiante. Como soy estudiante, se supone que es para un ramo, debo mostrarla al profesor y que lo evalúe, que me diga si está bien hecho y si se puede ocupar para alguna cosa.	Compone para los ramos.
E7.10	10. Cual crees tu que es la relación entre la producción musical y la ley del 20%? Bueno que los productores musicales podrían producir mas música chilena en vez de dedicarse a producir tanta música extranjera. Igual abre la posibilidad de hacer mas música chilena.	La ley del 20% abre posibilidades a la música chilena
E7.11	11. O sea que crees que con esta ley se le da mas cabida a las producciones locales? No sé si mas cabida en realidad pero quizás una pequeña posibilidad, a lo mejor.	La ley del 20 % brinda una pequeña posibilidad a la música chilena
E7.12	12. En tu proceso formativo te han enseñado lo que es una editorial musical? No.	La editorial musical no es tópico de estudio
E7.13	13. Conoces alguna universidad que cuente con una	Desconocimiento de otras editoriales

E7.14	<p>editorial musical? No, tampoco.</p> <p>14. Después de explicarle al estudiante que es una editorial musical. Le pregunto: ¿Crees que sería de beneficio para la universidad que contara con una editorial musical? Con un catálogo propio sí, pero que fuera material de los alumnos para que mostraran su trabajo y lo dieran a conocer. Mas que de otras personas que son ajenas a la universidad. Si es de los alumnos sería bueno que tuviera un catálogo. Sería como una ayuda, para que se hicieran conocidos.</p>	<p>musicales</p> <p>La editorial musical sería de beneficio para la difusión de trabajos de los alumnos</p> <p>La editorial musical sería una forma de conectar con el medio</p>
E7.15	<p>15. Y esa sería la forma de conectar con el medio? También. Exactamente.</p>	

Categoría: estudiantes de 4 año de Producción Musical de UAHC

Fecha: 28 de septiembre 2016

Hora: 13:20 hs

Tiempo de duración: 10:03

Entrevistador: Adrián Gimenez

Entrevistado: D. C.

Código: E8.

Código	Entrevista	Unidades de sentido
E8.1	<p>1. cual es tu vínculo con la producción musical? Soy estudiante de "quinto" (en broma) de producción musical y lo ejerzo, pero cuando salen pegas trabajando con la banda, produciendo la banda y grabando.</p>	Formación universitaria
E8.2	<p>2. conoces leyes asociadas a la producción musical? No.</p>	Desconocimiento de normativas
E8.3	<p>3. conoces la ley del 20%? Si.</p>	Conocimiento de la Ley del 20%
E8.4	<p>4. que opinas de ella?</p>	

	<p>La de la radio? Es una buena manera de empezar a mover un poco mas la música nacional, aunque el problema es la gestión de ese 20%. Quien va a participar en ese porcentaje? Hasta ahora lo que yo he escuchado son bandas que están “apitutadas” con alguna empresa que se preocupan que solo ellos suenen.</p>	<p>Disconformidad con la Ley del 20%</p>
E8.5	<p>5. conoces donde posicionar tus composiciones? Las composiciones que he hecho no han salido mas allá de mostrárselas a amigos, porque no las he tocado con ninguna banda hasta ahora.</p>	<p>Desconocimiento de donde posicionar sus composiciones</p>
E8.6	<p>6. cual crees que es el fin ultimo de una composición? Yo creo que debería ser para uno. Yo compongo para mi o para mis sentimientos o satisfacer mis necesidades de expresar mis sentimientos mediante la música, que es el arte que uno hace.</p>	<p>La composición musical como canal de expresión del artista</p>
E8.7	<p>7. sabes que es una editorial musical? No, como definición no.</p>	<p>Desconocimiento de la editorial musical</p>
E8.8	<p>8. sabes como es su funcionamiento? Me imagino que puede ser un lugar donde llegas con una propuesta y te trabajan y te producen en cierto modo la idea.</p>	<p>Desconocimiento del funcionamiento de la editorial musical</p>
E8.9	<p>9. después de tener material listo en el estudio de grabación. ¿Qué haces con él? Después de aprobado, yo hasta ahora lo he dejado allí como stand by. No he avanzado en eso. Yo creo que si hoy en día escucho algunas composiciones que he hecho, las reformularía en cierto modo, les haría un sonido que pienso ahora. Y tal vez sacar un EP de mis temas, y darle alguna estética general.</p>	<p>El material del estudiante queda stand by después de aprobado</p> <p>Idea de crear un EP reuniendo sus obras</p>
E8.10	<p>10. cual crees que es la relación entre la producción musical y la ley del 20%? La relación es muy vista desde lo económico o lo publicitario. Lo que suena en la radio tiene que apuntar a lo popular. Como que se trabaja la imagen. Buscan algo que se pueda digerir de manera rápida. No creo que en las radios se esté trabajando desde el punto de vista mas</p>	<p>La relación entre la producción musical y la Ley del 20% es meramente económica</p> <p>La ley del 20% busca difundir música popular y</p>

	<p>conceptual o personal. Por ejemplo, si quiero hacer un tema de diez minutos, no creo que lo vayan a poner en la radio. Igual creo que la música en cierto modo está evolucionando para ese lado, de manera mas libre, mas musical, que tan comercial.</p>	<p>no conceptual</p>
E8.11	<p>11. en tu proceso formativo tuviste a la editorial musical como un tópico? No, no recuerdo que me hayan hablado de ese concepto.</p>	<p>La editorial musical no es un tópico de estudio</p> <p>Desconocimiento de otras editoriales musicales</p>
E8.12	<p>12. conoces alguna universidad que cuente con una? No,</p>	<p>La editorial musical no sería un aporte para la universidad</p>
E8.13	<p>13. se le explica en que consiste una editorial musical. Luego se le pregunta: ¿crees que sería de beneficio para nuestra universidad contar con una editorial musical propia? No lo veo como que aporte mucho a la música en sí. Aporta al personaje que esté componiendo y esté dispuesto a trabajar con ellos, obviamente los ayuda porque los administra. Es como un productor con mas poder. Beneficios yo creo que van a haber siempre. Pero a mi no me parece que sea la esencia de la universidad trabajar de esa manera comercial con la música. Yo tengo una escuela muy distinta a los cabros que tienen la malla nueva. Uno tiene que aprender a trabajar la música desde su punto de vista. Y tu tienes que ver que haces con tu música, porque si vas a tener que depender de alguien, no me parece mucho la idea.</p>	<p>La esencia de la universidad no es trabajar de manera comercial con la música</p> <p>Considera que la editorial musical puede generar dependencia</p> <p>Aboga por la autogestión</p>

Categoría: estudiantes de 4 año de Producción Musical de UAHC

Fecha: 28 de septiembre 2016

Hora: 17:45 hs

Tiempo de duración: 08:47

Entrevistador: Adrián Gimenez

Entrevistado: J. T.

Código: E9.

Código	Entrevista	Unidades de sentido
E9.1	1. Cual es tu vinculo con la producción musical? Se dio netamente dentro de la universidad. Soy estudiante de cuarto año. Producción musical se dio con trabajo con mi banda y otras. En lo que estoy trabajando es haciendo sonido.	Formación universitaria
E9.2	2. conoces leyes asociadas a la producción musical? Leyes sobre el mastering?	Desconocimiento de leyes
E9.3	3. Leyes que regulen la actividad en el país. No.	
E9.4	4. Que opinas de la ley del 20%? Creo que es demasiado poco. Lo único que tenemos de música chilena es la Radio Uno, y un par de cumbias chilenas, bandas de ahora que están pegando y no debería ser así. Debería ser un porcentaje mas alto. Ni siquiera debería ser una ley. Debería ser porque tendría que estar. Últimamente no he escuchado mucha radio, pero la cumbia ha pegado mucho. De hecho en la radio no se puede escuchar cualquier cosa. Es un estándar de 3 minutos que la gente le guste y pueda bailar: reggaetón, cumbia, pop.	El porcentaje propuesto por la Ley del 20% es poco La radio cumple estándares de tiempo y género
E9.5	5. Conoces donde posicionar tus composiciones? Las que he hecho me las he guardado, porque jamás serán escuchadas en la radio. La radio es limitada para los artistas. Además que son composiciones que he hecho para mi, para satisfacer mi necesidad personal.	Las composiciones son guardadas porque no son comercial.
E9.6	6. cual crees que es el fin último de una composición? Es que si lo ves como lo estoy viendo yo, puede ser que sea la satisfacción de terminar el tema y escucharlo y decir: "qué rico...lo guardo". Pero si es para alguien que lo interprete es diferente porque este va a querer escucharlo y que todo el mundo lo escuche. Yo creo que igual esa es	Fin último es la satisfacción personal

E9.7	<p>una satisfacción, que la gente conozca tus cosas, viéndolo desde el punto de vista comercial.</p> <p>7. sabes que es una editorial musical? No. la verdad que no.</p>	<p>Desconocimiento de la editorial musical</p>
E9.8	<p>8. conoces su funcionamiento? No.</p>	<p>Desconocimiento del funcionamiento de la editorial musical</p>
E9.9	<p>9. después de que tienes material listo en el estudio de grabación. ¿qué haces con él? Se lo muestro a personas extremadamente opuestas a lo que hago yo. Porque no hago cosas muy comunes. Busco una crítica a lo que hago de parte de gente que escucha todo lo contrario a mi estilo. Me gusta saber que siente la gente cuando escucha algo que no es común. Igual se lo muestro a músicos.</p>	<p>Muestra el material a otros músicos buscando una crítica</p>
E9.10	<p>10. cual es la relación entre la producción musical y la ley del 20%? Quizás los productores encargarse de lo comercial. Hay productores que se encargan de hacer jingles o un tema para sonar en la radio. Pero para sonar allí debes tener un "pituto" o pagar para sonar allí. (El acceso) está muy acotado.</p>	<p>Relación comercial entre la producción musical y la ley del 20%</p> <p>Acceso acotado a las radios</p>
E9.11	<p>11. En tu proceso formativo te enseñaron que es una editorial musical? Yo creo que sí, pero en verdad no me acuerdo.</p>	<p>Desconocimiento si la editorial musical aparece como tópico en el proceso formativo</p>
E9.12	<p>12. Conoces alguna universidad que cuente con una propia? No.</p>	<p>Desconocimiento de otras editoriales musicales</p>
E9.13	<p>13. Luego de una breve explicación sobre como funciona la misma. Le pregunto: ¿crees que hay alguna universidad que tenga una? Yo creo que sí, debe haber alguna, pero no estoy seguro.</p>	<p>La editorial musical sería de beneficio para la universidad</p>
E9.14	<p>14. crees que sería de beneficio para nuestra universidad</p>	<p>La editorial musical</p>

	<p>tener una?</p> <p>Si, en el sentido de potenciar a los artistas. Solamente en ese sentido, porque si no hay una publicidad, ¿quién va a conocer y querer tocar tus temas? ¿quién va a quererlos hacerlos sonar? Ese podría ser el medio para llegar a eso.</p>	<p>podría potenciar artistas</p>
--	---	----------------------------------

Categoría: productores de la carrera de Producción Musical de UAHC

Fecha: 07 de septiembre 2016

Hora: 11:45 hs

Tiempo de duración: 21:39

Entrevistador: Adrián Gimenez

Entrevistado: G. L.

Código: PR1.

Código	Entrevista	Unidades de sentido
PR1.1	<p>1. Cual es su vinculo con la producción musical?</p> <p>Esencialmente tiene que ver con 3 ámbitos, uno que está directamente relacionado con la música que tiene que ver con composición y arreglos, y la segunda es la generación sonora. Indudablemente cuando uno se mete en esto de producir a alguien tu resultado final tiene que ver con relación directa entre el producto Musical por un lado Y el sonoro y hay que integrarlo a los dos Indudablemente no puede estar dissociado.</p>	Formación universitaria
PR1.2	<p>2. Pero su vinculo es que usted es productor musical.</p> <p>Mi vinculo Es que yo soy un ingeniero de sonido que estudió música, entonces desde allí derive a hacer producciones musicales Desde ese punto. Yo me formé desde el lado de la música, esencialmente mas con música docta que con popular, por un lado. Y soy ingeniero en sonido. Entonces uní las dos cosas, y la transforme en el área de producción. Indudablemente en los últimos 10 años me dedico únicamente al área de fusión Y música electroacústica, jazz, no me meto en el lado del pop. Es que me gusta mas.</p>	Ingeniero de sonido y productor musical de estilo fusión

PR1.3	<p>3. Conoce normativas o leyes asociadas a la producción musical?</p> <p>En Chile está medio complejo aún todavía, lo que pasa es que el productor musical es un invento. Tenemos que partir por ahí. Invento que viene desde los años 50 Cuando había un tipo que era el A y R de un sello, por un lado veía repertorio y veía artistas, ésa es como la génesis de el productor musical. Después fue a parar al estudio de grabación, iba a las sesiones de estudio, donde se hacia asociar con un ingeniero que es como un arreglador. La suma de ese arreglador con el ingeniero se transformo en un tipo que aprendió a ser buen ingeniero y buen músico también. Ahora son pocos porque los famosos productores musicales lo que hacen es administrar. Ellos tienen su plantilla de músicos que van a usar siempre como cesionistas. Se asocian con distintos ingenieros que graban bajos, otros que graban guitarras, y además se asocia con un editor llamado "compose". Es decir que arman un equipo sumado a los ingenieros de mastering. Entonces ese productor musical es un tipo que está mirando desde afuera a todo. Está mirando como está trabajando el resto y que estén haciendo lo que él necesita.</p>	<p>Escenario complejo en cuanto a normativas</p>
PR1.4	<p>4. Usted me decía que en Chile es complejo cuando le pregunté si conocía normativas. En que sentido?</p> <p>En el sentido de que hubo un período de grandes compañías que editaban discos y ellas dependían directamente mas de un A&R que de un productor musical. Entonces el sello encargaba el disco al A&R quien tomaba al artista, lo trabajaba, veía sus arreglos, lo metía al estudio y generaba sonido. Pero finalmente este aparecia como ingeniero de grabación o mezcla, y no como productor musical dentro de la caratula de un disco. Esa palabra empezó a aparecer posiblemente en los 90, desde allí en adelante comenzó a aparecer el concepto de productor musical en Chile, pero muy acotadamente.</p>	<p>Definición del productor musical.</p>
PR1.5	<p>5. que opina de la ley del 20%</p> <p>yo tengo allí mis diferencias. Esencialmente porque la experiencia me dice que todas las radios tocan casi lo</p>	<p>Disconformidad con la Ley del 20%</p>

<p>PR1.6</p> <p>PR1.7</p> <p>PR1.8</p>	<p>mismo. Se hacen un pequeño repertorio que es igual en todas las radios. No vas a escuchar a un artista diferente entre una y otra radio. Están siempre los mismos.</p> <p>Un músico independiente no puede llegar a una radio y decirle aquí te traigo un material, porque ese material va a quedar guardado en cualquier lado. Yo creo sinceramente que circula dinero allí.</p> <p>Además hay que pensar que la radio dejó de ser importante cuando aparecieron las descargas de música. Hoy en día, plataformas como Spotify o cualquiera que ofrezca descargas con música comprimida funcionan, y funcionan incluso mejor que las radios. Lo positivo de esto es que tu música que construiste en tu espacio, la puede escuchar un tipo en España, en Alemania, en Mozambique, y así a ti te llega música de todos lados como Francia, Noruega, cosa que antes no ocurría. Antes los sellos discográficos traían música anglo y norteamericano, mexicanos posiblemente también. Lo que abrió el mercado para escuchar música diferente fueron las descargas, partiendo por Napster.</p> <p>6. en relación a sus producciones o composiciones, conoce usted donde posicionarlas?</p> <p>No porque lo que yo hago es anti mercado absolutamente. Y la apuesta a la música que grabo está puesta mas en las descargas que en el disco. Además la música que produzco es música para tocarse en vivo, tiene público. Por ello los músicos no viven de las descargas sino de los shows, porque el valor de las descargas no es nada, sino un simple porcentaje.</p> <p>7. estos músicos se pueden hacer conocidos a través de las descargas como para que los llamen de un país a tocar?</p> <p>Si, hay varios. Por ejemplo Cristian Galvez conocido mundialmente como uno de los grandes bajistas que hay en Chile. O Oscar Marimba. Aquí en Chile no los pezcán mucho pero ellos viajan y tocan mucho afuera, porque esta cosa les permitió darse a conocer. Y así hay muchos.</p> <p>8. En relación a las composiciones o producciones, cual cree usted que es el fin último?</p>	<p>Considera que hay dinero de por medio para mantener a los mismos artistas en las parrillas radiales</p> <p>Le asigna mayor importancia a las plataformas de descargas</p> <p>Posiciona su música en las plataformas para descarga</p> <p>Produce música para tocarse en vivo</p> <p>El fin último del productor es lograr una buena relación</p>
--	--	---

	<p>Son dos fines completamente distintos. Cuando uno produce el fin es lograr hacer una relación verdadera entre la banda que tu produces y tu capacidad de producción.</p> <p>Tener una muy buena Lectura para que los chicos cuando terminen su producción sientan que eso es lo que necesitaban o es lo que querían.</p> <p>Cuando uno compone, compone para uno mismo. Hay gente que les gusta componer para el resto, porque hay de las dos miradas. Yo compongo para el resto y quiero que me escuchen. Y por otro lado yo compongo para mi para mi necesidad personal. Son dos miradas completamente diferentes. Una necesidad mas espiritual indudablemente.</p>	<p>entre el sonido de la banda y la capacidad de producción.</p> <p>Se compone para uno mismo como una necesidad personal (espiritual) o para que la gente lo escuche.</p> <p>Conocimiento de la editorial musical</p>
PR1.9	<p>9. Sabe que es una music Publisher o editorial musical? Si. Administran esencialmente. Son administradoras de composiciones. Las grandes publicadoras lo que tienen es una colección de composiciones. Los grandes artistas lo que hacen es ir viendo publicadora por publicadora para elegir cual canción les gusta, y para poder usarla tienen que pagar un derecho, el cual es pagado al autor. Hay toda una cadena. Ahora si al autor no le gusta la versión que están haciendo, este se puede negar a la publicación. La administradora se encarga de administrar tus composiciones. Ellos tienen un libro abierto de lectura, un catalogo que puede ser consultado por cualquier artista. Incluso clasificado por estilos de música. En función de eso los artistas dicen este tema lo quiero grabar, entonces se lo piden a la publicadora, quien habla con el compositor y si a este le gusta el artista que quiere hacer la composición da el visto bueno. Según el artista y cuan famoso es el compositor le dicen cuanto le va a costar el tema. De allí un porcentaje es para el compositor y el otro para la publicadora.</p>	<p>Las publicadores son administradoras de una colección de composiciones.</p>
PR1.10	<p>10. después de tener material listo en el estudio de grabación que hace con él?</p>	

	<p>Tienes tres posibilidades: la primera es hacer un copiado y distribuirlo con el fin de que te conozcan en algunos lados. Si quieres tocar en vivo lo puedes llevar a los locales que presentan música en vivo. Indudablemente tener algunas copias para regalarle a los amigos, porque también es bueno ya que estos lo pasarán a los amigos de los amigos y así circula mi música. Y el resto es liberar un par de temas y subir el disco en cualquiera de las plataformas o redes. Subes el disco y liberas uno o dos temas y de allí los tipos comienzan a hacer descargas. NO van a hacer descargas del disco antes de conocerte, y menos si eres desconocido.</p>	<p>Diversas opciones para el material producido.</p>
PR.1.11	<p>11. Cual cree usted que es la relación entre la producción musical y la ley del 20%? No, no hay relación. Esencialmente porque la producción musical apunta esencialmente a obtener un producto. Ese producto puede que sea radial o no. Lo único que entra en ese porcentaje del 20% son los temas que tu haces para radio. Tú haces un escáner de la música que se está produciendo para las radios y produces un disco para ese estilo. Pero eso es pensando en las radios. Pero de no ser así, no hay ninguna relación.</p>	<p>No existe relación entre la producción musical y la Ley del 20%.</p> <p>La ley del 20% sólo apunta a un producto estándar.</p>
PR.1.12	<p>12. En su proceso formativo tuvo a la editorial musical como un tópico? No, yo lo aprendí solo. Yo partí de joven trabajando para un sello discográfico, entonces finalmente uno aprende como funciona cada uno de los elementos de esta cadena. Donde mas estuve fue en Alerce y allí fui ingeniero y productor. Fue un sello que en los tiempos difíciles en Chile empezó a publicar música chilena. Había pop, rock, y además administraba todo el catálogo de la música del canto nuevo, música que venia de Cuba: Silvio, Milanés, Killipayún, Violeta Parra. Era un sello grande y a su vez editorial.</p>	<p>La editorial musical no es tópico formativo</p>
PR.1.13	<p>13. Conoce alguna Universidad que cuente con una editorial musical? No. La Chile tiene una pero de música docta.</p>	
PR.1.14	<p>14. Cree usted que sería de beneficio para nuestra Universidad contar con una editorial?</p>	<p>Conoce la editorial musical</p>

	<p>Mira, si nosotros seguimos teniendo la mirada que dentro de la carrera de producción musical hay mucho producto por un lado. Hay harto producto. Ya por allí tienes una justificación bastante interesante de por qué tener una editorial. Eso por un lado. Pero además de eso en una escuela de artes, no solamente tu puedes administrar música, hay danza que integra música, puedes administrar DVD con funciones de danza. Tienes una escuela de música donde hay músicos haciendo cosas también. Para esta facultad de arte, especialmente, que tiene música, producción musical y otras carreras como cine, una publicadora sería interesante. Además sería una buena forma de administrar, para evitar que tu producto quede perdido en el desván de tu casa.</p>	<p>de la UNChile</p> <p>La editorial musical sería de beneficio para la universidad</p> <p>Se podría integrar a danza, cine, música y demás carreras en torno a la publicadora.</p> <p>La editorial como forma de administrar</p> <p>La editorial como forma de evitar que los productos queden abandonados.</p>
--	--	--

Categoría: productores de la carrera de Producción Musical de UAHC

Fecha: 29 de septiembre 2016

Hora: 11:45 hs

Tiempo de duración: 13:33

Entrevistador: Adrián Gimenez

Entrevistado: P. A.

Código: PR2.

Código	Entrevista	Unidades de sentido
PR2.1	1. cual es tu vinculo con la producción musical? Tengo un vinculo a nivel personal, individual porque no estoy ligado a ninguna empresa ni productora. Y por otro lado, vinculado institucionalmente. Soy productor independiente y profesor de la institución.	Formación universitaria y profesor de la UAHC
PR2.2	2. conoces normativas o leyes asociadas a la producción musical? No.	Desconocimiento de normativas
PR2.3	3. conoces la ley del 20%? Tampoco.	Desconocimiento de la Ley del 20% como norma
PR2.4	4. no sabrias que opinar de la misma? No.	
PR2.5	5. Respecto de tus composiciones o producciones conoces donde posicionarlas? Sí. Las que tengo están en la SCD, inscriptas, porque tengo un par de discos que están hechos con FONDAR y esa era una de las obligaciones, tenerlas inscriptas. Eso me dio la obligación de saber, mas que el deseo personal de aprender. Tuve que hacerlo a la fuerza.	Conocimiento sobre como posicionar sus composiciones
PR2.6	6. En relación a las mismas, cual crees que es el fin último de ellas? Para el productor el fin ultimo es sacar un producto a la venta de gama alta, de la mejor calidad que pueda lograr. El compositor no necesariamente quiere sacar un producto a la venta o publicarlo. El productor publica, toma un producto, mira el medio, lo analiza y adapta el producto para que sea vendible, de buena calidad para un medio que pueda adquirir.	Para el productor, el fin último es lograr un producto de primera calidad de acuerdo al mercado.
PR2.7	7. entonces el fin ultimo es llegar a un público masivo? Sí, por así decirse. Lo mas masivo que se pueda. Buscar entre todo un universo de audio escuchas, hacia donde va dirigido este producto, y adaptar ese producto para poder enajenarlo.	El fin último es llegar a un público masivo.
PR2.8	8. Conoces que es una editorial musical?	

<p>PR2.9</p>	<p>Tengo entendido que es un medio establecido que toma un producto y se encarga de publicarlo. Y es quien está preocupado de hacer la campaña para que este producto se venda, o masifique.</p> <p>9. cuando tienes listo material en el estudio de grabación. ¿Qué haces con él?</p> <p>Hay varias opciones. A veces los productores solamente llegan hasta el punto de trabajar el producto final como un master. Pero no tienen los medios o no les interesa tener los medios para hacer la publicación de esto. Entonces van directo a la editorial y entregan el material. Van quemando pasos a ese nivel. Ahora, conozco editoriales que tienen sus propios productores. Quienes deciden que material pasa a la sección editorial, se preocupan de las carátulas, los países por donde esto puede funcionar. Todo depende del nivel del que estemos hablando.</p> <p>Mira, podemos tener un producto de excelente calidad, pero que no sea de una productora grande. Yo he escuchado master de discos de calidad internacional que han quedado guardados por falta de venta masiva o por falta de editorial. Eso tiene niveles. Es muy difícil abordar una cuestión tan concretamente. No creo que sea tan así.</p>	<p>Conocimiento del concepto de editorial musical.</p> <p>Presenta diversas opciones con el material producido.</p>
<p>PR2.10</p>	<p>10. Cual crees tú que es la relación entre la ley del 20% y la producción musical?</p> <p>A ver.. lo de la ley es lo de publicar un 20% de lo que se escucha en radio?</p> <p>Yo estuve siempre en contra de esa ley, siempre. De hecho cuando estaban votando esa ley, lo primero que dije... mas de Los Tres, más de llavaca, mas de Gepe, o sea al final es una estupidez. Ese 20% lo encuentro de una ridiculez absoluta. Para eso lo que nosotros necesitamos es educación, como en Brasil. En ese país no se obliga un porcentaje y los medios ponen un 70% de música brasilera porque están educados de esa forma. Aquí salió lo del 20% de música nacional, y por ejemplo, la radio Universo, que parte su transmisión a las cinco de la mañana, y desde las cinco a las seis pura música chilena. ¿quién escucha a esa hora? Nadie. Y de allí en adelante programan la música que ellos quieren. Esos subterfugios legales mal intencionados son malos. Y de repente ponen programas entre medio, bajo el nombre de “la voz de Chile” y ponen a Los Prisioneros, Los Tres, Upa (que le dan como bombo). Tu escuchas lo mismo que escuchaba yo cuando adolescente: Aparato Raro, y de los nuevos los típicos, como Gepe. Lo mismo que</p>	<p>Desconformidad con la Ley del 20%</p> <p>Se repiten los mismos artistas</p>

	<p>yo había pensado sucedió con esta ley. Siguieron ganando plata los cinco o seis de siempre, y no le dieron oportunidad a nadie. Conozco al director de la SCD, y él tiene a cinco o seis de los músicos nuevos, los que mencioné anteriormente, y ellos los mueven para todos lados juntos en conciertos. No es raro que esos mismos nombres sean los que se repiten en las radios. Yo primero dije que no sabía nada legalmente de la ley, porque no sé como está constituido ese 20%, pero sé que hay que poner un 20% en las radios y que no funciona y que nunca funcionó.</p>	<p>La ley del 20% no funciona</p>
PR2.11	<p>11. en tu proceso formativo, te enseñaron que era una editorial musical? No, lo aprendí solo.</p>	<p>La editorial musical no es tópico formativo</p>
PR2.12	<p>12. Conoces alguna universidad que cuente con una? No.</p>	<p>Desconocimiento de otras editoriales</p>
PR2.13	<p>13. Crees que sería de beneficio para nuestra universidad tener una editorial musical propia? Por supuesto. Sería ideal. Sería super interesante que dentro de la malla hubiese un par de horas de eso. Que las personas que con badaje, se necesita principalmente ojo musical y conocimiento. "Volver a vivir un siglo sin ser sabio competente" decía La Violeta. Y eso es así, quien tiene muchos años no necesita ser un sabio para saber. Se aprende in situ. Sería ideal unas horas de conocimiento de cómo armar una productora, o armar una editorial o qué herramientas necesita un productor legalmente. Saber defenderse dentro de un medio es una buena herramienta. Un escudo y una espada te lo daban hasta en la Edad Media.</p>	<p>La editorial musical dentro de la malla educativa sería de beneficio.</p> <p>Otorga importancia a los aspectos legales como una herramienta.</p>

Categoría: productores de la carrera de Producción Musical de UAHC

Fecha: 29 de septiembre 2016

Hora: 12:45 hs

Tiempo de duración: 08:53

Entrevistador: Adrián Gimenez

Entrevistado: P. B.

Código: PR3.

Código	Entrevista	Unidades de sentido
PR3.1	1. cual es tu vinculo con la producción musical? Mi vinculo es participando en producciones, como asistente, como intérprete, en la fase de pre producción, producción y post producción.	Formación universitaria.
PR3.2	2. Conoces leyes asociadas a la producción musical? No, salvo las de los derechos de autor y todo eso.	Desconocimiento de normativas
PR3.3	3. tienes conocimiento de la ley del 20% y cual es tu opinión de ella? De la ley no, no la he leído. Y la opinión que tengo es que es positivo que se implementen medidas para asegurar un mínimo de música chilena.	Conocimiento superfluo de la Ley del 20% Valoración positiva.
PR3.4	4. conoces donde posicionar tus producciones o composiciones? No porque no me he preocupado de posicionar, me he encargado de producir pero no de posicionar.	Desconocimiento acerca de donde posicionar las producciones.
PR3.5	5. cuando tienes una producción lista. Qué haces con ella? Empiezo la otra. Jaja. Espero que me llamen por teléfono para la otra.	Xxx
PR3.6	6. tu no te encargas de la difusión? No.	No se encarga de la difusión de las obras
PR3.7	7. cual crees que es el fin ultimo de tus composiciones o producciones? Yo creo que el productor musical es el vinculo entre el intérprete y el compositor con una comunidad específica. Entonces, es el link entre la cultura y la comunidad. O una cultura emergente, entendida como productor.	Fin último de las composiciones es llegar a la comunidad con el producto.
PR3.8	8. sabes que es una editorial musical? Es una oficina o una estructura empresarial que se preocupa de la producción musical en varios aspectos, no solamente el disco sino también de posicionar artistas, la difusión. No es solamente la grabación sino que incide en todo el aparataje de inserción del producto en el mercado.	Conocimiento acerca de la editorial musical.
PR3.9	9. Después de tener material listo en el estudio de grabación. ¿qué haces con él? Nada. La pega que he hecho llega hasta allí. El artista es quien verá que hace con eso.	No se encarga de la difusión La relación entre la

PR3.10	<p>10. Cual sería la relación entre la producción musical y la ley del 20%?</p> <p>Debería haber una relación pero eso está por verse. La ley lleva muy poco tiempo y me imagino que esto tendría que tener efecto cuantificable en un plazo mayor, de entre diez y veinte años, para notar algún efecto. Entonces me parece que la relación con la producción no es medible todavía. Hay muchos músicos que se pusieron a producir justamente por la ley del 20% y no pasó nada para ellos. Lo que pasa es que igual todos los medios de comunicación, o por donde se difunde la música, están bajo un modelo económico y en ese modelo obviamente lo que manda son las ventas. Entonces lo que ocurrió con la ley del 20% es que hemos escuchado mas de Los Jaivas, mas de Los Tres.</p>	<p>producción musical y la Ley del 20% se verá a futuro.</p> <p>La difusión de la música y sus artistas son parte de un modelo económico que responde a las ventas.</p> <p>Chile consume poca música lo cual afecta a la industria.</p>
PR3.11	<p>11. Por qué crees que no se le da cabida a nuevos artistas?</p> <p>Porque somos un país pequeño que consume poca música y eso obviamente afecta inmediatamente a la industria o al producto. Entonces obviamente lo que va a sonar es lo que viene hecho para el mercado o pensado para él. Y hay muchos artistas que no están en esa situación.</p>	<p>Se le da prioridad a la música pensada para el mercadeo.</p> <p>La editorial musical no es tópico de enseñanza.</p>
PR3.12	<p>12. En tu proceso formativo te enseñaron que era una editorial musical?</p> <p>No. Lo he aprendido por Google.</p>	<p>Aprendió sobre la editorial por Internet.</p>
PR3.13	<p>13. Conoces alguna universidad que cuente con una?</p> <p>No.</p>	<p>Desconocimiento de otras universidades con editoriales propias.</p>
PR3.14	<p>14. Crees que seria de beneficio para nuestra universidad tener una editorial propia?</p> <p>Claro, pero sería una editorial bastante singular, ya que hay principios que mantiene la universidad, que obviamente no tiene nada que ver con el mercado, ni con el vender. Entonces, la visión de producción musical que se instala aquí es una visión mas bien social. Es un productor que es un agente cultural, mas que alguien que está pensando en</p>	<p>La editorial musical sería de beneficio para la Universidad.</p> <p>La editorial de la UAHC no tendría una visión de mercado, sino una visión social.</p>

	<p>componer o producir el próximo hit del verano. Sino que mas bien es rescatar las nuevas expresiones musicales y darlas a conocer o difundirlas de alguna manera.</p>	<p>La editorial de la UAHC buscaría rescatar nuevas expresiones musicales y difundirlas de algún modo.</p>
--	---	--

Categoría: profesores de la carrera de Producción Musical de UAHC

Fecha: 07 de septiembre 2016

Hora: 13:50 hs

Tiempo de duración: 11:16

Entrevistador: Adrián Gimenez

Entrevistado: R. S.

Código: PF1.

Código	Entrevista	Unidades de sentido
PF1.1	<p>1. Cual es su vinculo con la música? Actualmente mi vinculo tiene que ver con dos elementos, uno que es la enseñanza de la música, en el área de los talleres de practica y apreciación musical, y también en la practica musical con proyectos que van desde música de comparsa y tambores y candombe, hasta esa misma música con grupos de fusión y un intento por hacer arreglos y composiciones propias de música instrumental.</p>	<p>Formación universitaria Desempeño en talleres, enseñanza y como compositor.</p>
PF1.2	<p>2. Conoces normativas asociadas a la música? Leyes que tienen que ver básicamente con el derecho de autor, en términos de lo que es por ejemplo como registrar una obra. Lo sé de mutuo propio porque en mi época de estudiante trabajé transcribiendo música de otros que querían inscribir. La sociedad de derecho de autor, te pasaba un cassette en esa época, por ejemplo "Los guasos..." y tu tenias que transcribir ocho canciones con línea melódica y los acordes. Servía para el oficio del estudiante.</p>	<p>Conocimiento de normativas asociadas al derecho de autor.</p>
PF1.3	<p>3. qué opina de la ley del 20%? Mira, tengo como un doble discurso allí, porque pienso que la música chilena no debería estar por decreto, debería ser una</p>	<p>La difusión de la música chilena no</p>

	<p>actitud que tuvieran los medios, eso me indica que a esa ley la encuentro impositiva. Pero por otro lado, y si no está, no escuchas la producción chilena que queda en las cajas de mucha gente que no puede difundir su música, que no se conoce. O sea he tenido experiencia de muchos amigos que han ganado proyectos Fonدار, graban sus discos y allí están las cajas de los discos sin salida, sin difundirse, y son buenos discos. En ese sentido tengo una doble sensación de que no se debe obligar, pero por otro lado en lugares como Chile donde está todo tan privatizado y es tan mercantilizado es sumamente necesario obligar al mercado, que restringe y se rige por lo que dicen las transnacionales, a decir acá hay producciones propias.</p>	<p>debería ser normada ni impuesta, sin embargo es necesaria. Músicos ganadores del Fonدار no son difundidos.</p> <p>La ley es lógica bajo un contexto tan privatizado y mercantilizado.</p>
PF1.4	<p>4. Compone música? Si, pero no soy un compositor asiduo. Compongo siempre pero muy tímidamente y no he publicado muchas cosas.</p>	<p>Compone poca música.</p>
PF1.5	<p>5. Sabe donde posicionar sus composiciones? Yo creo que tiene que ver un poco con mi línea que tiene que ver con la música latinoamericana, de fusión. Cuando hago canciones tienen que ver con textos que me posicionan en términos personales. No tanto con un canto político, mas bien con la experiencia personal, y sobretodo con música instrumental. Estoy haciendo música con mi hijo que toca con chelo y viola, e instrumentos latinoamericanos.</p>	<p>No responde la pregunta.</p>
PF1.6	<p>6. Una vez que tiene una composición hecha. Que hace con ella? Y cual es el fin ultimo de la obra de un compositor? Para un compositor tímido como yo, quien no dice que es compositor, partamos de esa base, yo creo que el fin ultimo es poder estar tranquilo con esa composición. Las composiciones te provocan conflictos porque la creación es un conflicto que uno debe resolver y cuando el conflicto está resuelto aparece la obra. Y en ese momento tu entiendes que hay que hacerla partícipe a otra gente, y es allí cuando viene el segundo conflicto del compositor: será aceptado o no? Yo creo que mi gran inhibición tiene que ver con el seré aceptado o no. por eso los cuadernos que guardo están allí, tal vez esperando un momento de madurez mayor.</p>	<p>La composición como una necesidad personal.</p> <p>La composición musical genera conflictos internos. El segundo conflicto se vincula a la aceptación o no de la obra.</p>
PF1.7	<p>7. Sabe que es una editorial musical? Así como la definición exacta no. Pero me imagino que es para agarrar una composición, poder grabarla y masterizarla bien y ponerla en circulación en un circuito mas de audiencia masiva.</p>	<p>Conocimiento vago de la editorial musical.</p>
PF1.8	<p>8. Conoce que hace la editorial musical con sus obras? Tu me preguntas que hace la editorial musical ahora? Yo creo</p>	<p>La editorial musical es una unidad de negocio regida por</p>

<p>PF1.9</p>	<p>que están regidas por un mercado. Cuando tu dices “casa editorial” estas diciendo que es una unidad de negocio que la música establece. Entonces esa unidad de negocio debe funcionar en un mercado. Puede funcionar en un mercado haciendo la reverencia al poder o siendo epíscola. Si tu me preguntas que hace la mayoría, diré que hacen la reverencia pero hay otras casas editoras que están poniendo énfasis en ser un poquito mas díscolos. Lo fue Alerce en un momento, pero en la industria independiente... yo creo que hay un gran movimiento ahí.</p> <p>9. cual cree que es la relación entre la producción musical y la ley del 20%? No me he puesto a pensar en eso.</p>	<p>un mercado. La editorial musical tiene dos alternativas: hacer reverencia al poder o ser díscola.</p> <p>Desconoce la relación que existe entre la producción musical y la Ley del 20%.</p>
<p>PF1.10</p>	<p>10. muchos dicen que esta ley abre espacio para mayores producciones, y nuevos músicos para que sean escuchados en las radios, y otros dicen que siempre suenan los mismos. Entonces, hay relación o no? como que estaría de acuerdo con eso. Yo todos los días, escucho un programa en la radio (Universidad de) Santiago que se llama “Chile al Alba”. Y es un programa puro dedicado a música chilena, es muy variado, pero después de un año de escuchar en el trayecto en auto, se me repiten mucho. Me doy cuenta que tu comentario tiene un orden. Entonces me devela que hay algo que tiene que ver con un mercado que está poniendo en el tapete a un tipo de músicos, y no a otros. No es para todos. La idea era una ley inclusiva, pero yo estoy sospechando de eso.</p>	<p>En las radios suenan siempre los mismos artistas.</p> <p>El mercado difunde una selección de músicos específicos.</p> <p>Sospecha que la Ley del 20% sea inclusiva.</p>
<p>PF1.11</p>	<p>11. conoce alguna universidad que cuente con una editorial musical propia? La verdad no. Acá hay un proyecto de hacer una editora, pero está el proyecto y todavía no cuaja. Pero no conozco de universidades, no.</p>	<p>Desconocimiento de otras editoriales. Existe un proyecto dentro de la UAHC.</p>
<p>PF1.12</p>	<p>12. cree usted que si esta universidad tuviera una editorial musical sería de beneficio? Yo creo que si porque tiene una particularidad que la hace diferente como cuando hablamos del concepto de gratuidad, es una universidad que no lucra. Entonces, yo creo que tener una casa editora de esta universidad, podríamos escuchar música que nadie grabaría. Y eso significa poner en circulación ciertas músicas que nadie ha pescado. No sé, la</p>	<p>La editorial musical sería de beneficio para la universidad.</p> <p>La UAHC no lucra. Contar con una editorial musical en la UAHC pondría en</p>

	música del Pájaro Araya, ponte tú, que se empezaron a grabar y están allí como un proyecto en pausa.	circulación música nueva.
PF.1.13	13. Y esas producciones dónde están? Están guardadas acá, como proyectos que esperan.	En la UACH hay proyectos guardados sin terminar.

Categoría: profesores de la carrera de Producción Musical de UAHC

Fecha: 28 de septiembre 2016

Hora: 12:20 hs

Tiempo de duración: 35: 02

Entrevistador: Adrián Gimenez

Entrevistado: J. V.

Código: PF2.

Código	Entrevista	Unidades de sentido
PF2.1	1. Cual es su vinculo con la música? Mi vinculo con la música está en dos dimensiones. Uno en la dimensión pedagógica, a nivel de docencia. He construido una carrera que va desde el ámbito escolar, el ámbito informal, con proyectos de inclusión social, con muchachos desertores de ley, y por otro lado en la educación superior. Allí he usado todos mis conocimientos, abordando los criterios que se pueden establecer para una docencia en lo escolar, lo informal y lo superior. Ese es el vinculo música y docencia. El otro ámbito es el de la interpretación como ejecutante de flauta y saxofón, y en el ámbito compositivo y del arreglo.	Formación universitaria, docente e intérprete.
PF2.2	2. conoce normativas asociadas a la música? Conozco, sin haber profundizado, las que regulan las condiciones de la autoría y la de intérprete, que son las que han tenido cierta importancia en mi trayectoria de músico. Como compositor tengo relación con la SCD y como intérprete por los derechos conexos. Y por otro lado soy parte de la Sociedad de	Conocimiento de las normativas de derecho de autor e intérprete, derechos conexos. Desconocimiento de

	<p>autores y dramaturgos, asociación para artes escénicas, danza y teatro. Pero si tu me preguntas si conozco la ley en su letra, no tengo idea. Mi relación es contractual con estas instituciones que mencioné. También tengo relación con una institución italiana, la SIAI, que regula los derechos de las composiciones que logré hacer en Europa. Pero a nivel estatal no conozco.</p>	<p>la ley letra por letra.</p>
PF2.3	<p>3. conoce la ley del 20%?</p>	<p>Conocimiento de la Ley del 20%.</p>
PF2.4	<p>4. que opina de ella?</p> <p>Me parece una iniciativa buena. Pero hay una particularidad. Se dice el 20% de música chilena, pero sin establecer criterios con respecto a cual tipo de música chilena. Por ejemplo Los Vazquez hacen música chilena, estarían bajo las leyes, pero a su vez ellos hacen salsa o reggaetón. Ellos están ubicados en un estilística comercial, entonces lo mas probable es que las radios van a pasarlos y no a Congreso, ni Fulano. Artistas chilenos que pudiendo estar en las radios, las condiciones estilísticas no lo permiten. O la radio no lo permite, ya que pasan temas de tres minutos, propuesta comercial que surgió en la época del pop. Entonces allí yo tengo mi aprehensión porque finalmente la idea era que los músicos chilenos tuviesen un soporte comercial de difusión masiva, que es la radio. Pero no está pasando. Sigue sucediendo que aquellos músicos que trabajan en una marginalidad estilística siguen siendo marginarios y no están teniendo ningún apoyo. Y finalmente quienes están en las radios son los mismos que se mantienen dentro de los parámetro comercial, por ejemplo: Charly García, Luis Fonci, Miriam Hernandez, Romeo Santos y Natalino. Todos de una estilística parecida.</p> <p>Los que hacen folklor, están solo el 18 de septiembre. Entonces la misma gente del folklore pregunta ¿por qué yo no estoy? Por ejemplo, el grupo Chilhue, grupo importante que ha hecho una trayectoria de llevar a otros niveles composicionales y de arreglos la música de Chiloé. Y tampoco están.</p> <p>Finalmente si tu escuchas las radios, en ese 20% son exactamente siempre los mismos: Los Tres, Javiera Mena, Camila Moreno no la pasan tanto como a Los Vazquez, Natalino. Entonces, es relativo el efecto compensatorio que puedan tener los músicos chilenos con esta ley.</p>	<p>La ley del 20% es una buena iniciativa. La ley no establece criterios en cuanto a géneros. Las radios pasan a artistas comerciales o música comercial, de tres minutos.</p> <p>La ley no funciona como un soporte de difusión masiva. Siguen habiendo músicos marginados y sin apoyo. En las radios siguen estando los mismos músicos que se mantienen dentro del parámetro comercial.</p> <p>El 20% es para los músicos de siempre.</p>
PF2.5	<p>5. Usted compone música?</p>	<p>Compone música.</p>
PF2.6	<p>6. Sabe donde posicionar sus composiciones?</p> <p>Sí, en la Sociedad del Derecho de Autor, allí tu haces la inscripción de tu obra, y ellos custodian la obra una vez que sea</p>	<p>Conocimiento sobre donde registrar obras.</p>

	<p>usada por los medios de difusión. Está también la propiedad intelectual en la cual también se pueden inscribir arreglos. Y también está la Asociación de Dramaturgos donde uno puede también inscribir.</p>	
PF2.7	<p>7. cual es el fin último de sus composiciones? Busco que tenga la mayor efectividad, en términos profesionales. Eso significa buscar conciertos donde tocar. El fin es poder establecerme fuertemente dentro del medio nacional e internacional con las composiciones.</p>	<p>Fin último posicionarse como compositor.</p>
PF2.8	<p>8. para otra gente el fin último es satisfacer una necesidad personal o llegar a un público masivo. Cuál sería el fin último? No creo que el hecho de llegar a la gente me sea de mayor importancia, como la composición como una forma de significación personal y profesional. Es mi profesión pero si eso va a tener mayor o menor impacto en la gente, se lo dejo a la gente. Sino tendría que componer con una preocupación de que si voy a tener masividad. Además yo tengo un compromiso con una estilística de música en la fusión contemporánea popular, la cual debiese tener una presencia mayor a la que tiene, porque es una posibilidad de desarrollo de los países. Relevar el contexto socio cultural a través de una obra. Pero sigue siendo en el ámbito personal. El aporte del arte a la transformación social es muy importante, y si el público logra identificarse de mejor manera con su cultura, me parece relevante. Argentina lo tiene bien entendido, ya que lo que mas se escucha es música argentina. Pedro Aznar, Soledad, Lito Vitale, etc. tienen una personalidad compositiva de mucho interés para mi. Yo he asumido una responsabilidad social.</p>	<p>No le interesa llegar a la gente.</p> <p>El arte como aporte a la transformación social.</p>
PF2.9	<p>9. Sabe qué es una editorial musical? No muy bien. Trabajé con una editorial de libros en Italia, la Logos Publish, de índole cultural, artístico y de distintos temas. Ella se diversificó y tuvo su propio sello discográfico llamado "Musicólogos". Pero en el ámbito de la música no tengo bien entendido cuál sería la relación. Yo entiendo por editoriales a las editoriales de libros. También hay editoriales musicales como la Ricordi, hay una editorial alemana que edita partituras, y muchas más.</p>	<p>Desconocimiento de la editorial musical.</p>
PF2.10	<p>10. Sabe cuál es el funcionamiento de ellas? No, no tengo idea.</p>	<p>Desconocimiento del funcionamiento de la editorial musical.</p>
PF2.11	<p>11. cuál cree Usted que es la relación entre la producción musical y la Ley del 20%? No sé. No entiendo la pregunta.</p>	<p>Desconocimiento del funcionamiento de la editorial musical.</p>
PF2.12	<p>12. Dicho de otro modo, de qué manera la producción musical influiría en la cantidad de artistas que suenan en las radios?</p>	

	<p>Producción musical es un rubro nuevo, que implica el ámbito técnico, el ámbito de gestión para producir eventos y gestión de producción artística, lo cual conozco bien de cerca, ellos hacen un rediseño o intervención de algo para que pueda ser publicado. Si la agrupación se quiere instalar en la radio pero insisten en tener temas de 9 minutos y medios, no va a funcionar. Pero no hayo relación con la Ley del 20%. Porque como dije, el 20% es una reacción del gobierno que busca darle relevancia la música chilena, y saca una ley. Es un tema estatal que quiere custodiar la música chilena, pero finalmente la radioemisora es quien re interpreta la ley. Pero ahí, el productor musical a lo mas que podría hacer sería tener una buena relación con las radios y que puedan poner en la parrilla los temas que este señor está sacando, pero finalmente no tiene mayor injerencia. Tu cachai que se paga? Pagan para que en la parrilla pongan a determinados artistas, hay un nombre para eso. Se supone que no existe, es un secreto. Eso es lo que hacen los productores, son los que mueven los artistas. Pero si todos hicieran material para ser transmitido en las radios, terminaríamos escuchando lo mismo, y quedaría fuera la novedad en términos composicionales.</p>	<p>La radio presenta un formato estructurado.</p> <p>La radioemisora interpreta la ley.</p> <p>Los productores pagan para mover artistas en las radios.</p>
<p>PF2.13</p>	<p>13. Conoce alguna universidad que cuente con una editorial musical propia?</p> <p>No. La Católica me parece que saca algunas cosas. La Chile tiene editoriales de libros, y la revista musical Chilena. Los compositores que conozco de la Chile, tienen sus obras botadas. Lo que sí hay en las universidades son producciones, por ejemplo, existen concursos donde ellos te editan las partituras, te las sacan en un librito, pero propiamente que funcionen como una editora no conozco.</p>	<p>Desconocimiento de otras editoriales.</p>
<p>PF2.14</p>	<p>14. Después de dar una breve explicación sobre qué es y cómo funciona una editorial musical, le pregunto, cree que sería de beneficio para nuestra universidad tener una editorial musical propia?</p> <p>Entonces no le conviene al compositor. Tu te haces un nombre como compositor en la medida en que sacas obras. Yo hago una obra, se la paso a un grupo o me contratan. Asi yo he hecho mi trabajo. Y yo hago un trato directo con este señor. Lo que sí yo sé que en Inglaterra hay catálogos de música, como background, la gente lo toma y lo usa. Los interpretes profesionales ya tienen sus arregladores y compositores. O sea ellos ir a hacer un trato en el cual no van a tratar directo, no le conviene ni al intérprete ni al compositor porque va a haber una ganancia extra que la tiene la editora. Conozco compositores,</p>	<p>Al compositor no le conviene asociarse a una editorial.</p>

<p>PF2.15</p>	<p>como al Tilo González, de Congreso, hace temas para uno y otro. Yo hago música para obras de teatro. Pero si tu me preguntas si a la universidad le convendría tener una editora, no lo sé. Es un medio que yo creo, encerrado en esta universidad que tiene la característica de no venta de productos, donde le hacen mucho el quite al tema comercial. Lo que se hace aquí es desarrollar concursos y festivales, en los cuales, tu te ganas el concurso, te editan y te sacan. Por ejemplo yo gané un concurso y voy a editar un disco. Y como la universidad es un estamento de conocimiento y aprendizaje, de desarrollo de país, entrar en esa dinámica creo que es un poco lejano. Mas aun si va a tener que tranzar con el mundo del comercio artístico. Ese comercio, insisto, lo hacen los productores, que tienen agarrados a esos artistas. Y ese productor hace lo que hace la editorial, por ejemplo cuando un productor necesita levantar a un artista, y ese artista no compone, lo que hace es buscar un compositor. Grandes compositores fueron Wildo y Buddy Richards, mucha gente cantaba sus canciones. Eran gente que estaban en sus casas y los llamaban por teléfono y hacían sus tratos. Pero a una universidad no la visualizo mucho en el trato comercial, el cual le va significar entrar en un ámbito desconocido y poco lejano. Por ejemplo aquí la academia de instrumentos ya no se trata como una venta de servicios, por el hecho de que hayan lukas de por medio, se les enreda. Se cobra una plata, que queda para la universidad, y se vende igual el tema desde un ámbito de vinculación con el medio.</p> <p>15. Entonces no se podría ver a la universidad que contara con una editorial para vincularse mas con el medio, para que las composiciones que se hacen, las mismas obras de teatro no quedaran encerradas en la universidad?</p> <p>Es que para eso, yo como compositor voy a una productora, porque en la universidad es absolutamente todo mas engorroso. Aquí las decisiones pasan por comités, comisiones, y generalmente el que firma es el rector, el vicerrector, un enredo. En una productora, como la que hace el Teatro a Mil, se dedica a la venta, a la instalación de un producto, pero que una universidad se ocupe de instalar, vender un producto, es un proceso que las universidades no entran en sus capacidades. Las universidades en este momento, sus capacidades están al 100% ubicadas sobre la docencia, la investigación y la vinculación con el medio. El artista se ubica en el mundo de las artes, en el mundo escénico, y el mundo escénico no es la universidad. Es mas, hasta está lidiado con la</p>	<p>Compone música para teatro.</p> <p>UAHC no lucra, evita el tema comercial.</p> <p>Editan discos por concurso.</p> <p>El comercio lo hacen los productores.</p> <p>En una universidad los procedimientos son engorrosos.</p>
---------------	---	--

<p>PF2.16</p>	<p>universidad, porque las universidades tienen perfiles. El perfil de esta es humanista, de izquierda, contextualizada con los derechos humanos. Es una universidad latinoamericanista, por lo tanto es muy probable de que sobre aquello que le entraría plata, no vendrían para acá.</p> <p>16. Usted me dijo que va a grabar un disco dentro de la universidad. Le parece que le ayudaría a difundir su disco si existiera una editorial?</p> <p>Yo no tengo ninguna esperanza de que la universidad saque a la luz ese disco, porque entiendo el mundo en el cual se mueve esta universidad. Por ejemplo el disco de Claudio Araya, no lo lograron sacar jamás. Quedó ahí. Hicieron el master, y nunca pudieron sacarlo. No pudieron por plata, porque hubo mucho enredo. No tienen el manejo. Ni siquiera hay una unidad que se dedique a hacer el arte del disco. Entonces, lo que puede hacer la universidad es pasarte el estudio, como un aporte a la comunidad. Si sería de utilidad que hicieran un catálogo de los discos, los cuales puedan ponerlos, diciendo “estas son producciones de la Academia de Humanismo Cristiano, la cual está preocupada de levantar el arte y los artistas, y todo el discurso detrás. Lo que puede hacer es levantar el catálogo con una cierta apuesta, pero hasta allí llega. Tal vez hacer un afiche en el medio, promocionando el disco, es un llamado de la institución. Pero tampoco va a tener tanta relevancia como lo podría hacer una productora en un lanzamiento.</p>	<p>UAHC su perfil es de izquierda, latinoamericanista.</p> <p>La universidad no difunde material. Sería de utilidad que se hiciera un catálogo.</p>
---------------	--	---

Categoría: profesores de la carrera de Producción Musical de UAHC
Fecha: 06 de octubre 2016
Hora: 14:20 hs
Tiempo de duración: 28:40
Entrevistador: Adrián Gimenez
Entrevistado: M. A.
Código: PF3

Código	Entrevista	Unidades de sentido
PF3.1	1. Cual es su vinculo con la música?	Formación

PF3.2	<p>Soy músico, vivo de la música, hago clases toco. Estoy relacionado con la música completamente. Tambien hago producciones dentro de lo que yo puedo. No son producciones grandes pero organizo conciertos y mas o menos sé como hay que mover la cosa.</p> <p>2. Conoces leyes o normativas asociadas a la música? Algunas.</p>	<p>universitaria, profesor e intérprete y productor.</p> <p>Conocimiento de algunas normativas asociadas a la música.</p>
PF3.3	<p>3. Conoces la Ley del 20%? Si.</p>	<p>Conocimiento de la Ley del 20%</p>
PF3.4	<p>4. Qué opinas de ella? Creo que es bueno pero tengo mis reparos. El punto no es la música en las radios, porque tu ahora en Chile tienes mas del 20% sonando en las radios, en general. Entre las FM conocidas y las radios regionales se toca mucha música chilena, pero el punto no es obligar a las radios. Eso tiene que ser un resultado de otras políticas que van mucho mas a fondo. Porque si bien existe la Ley del 20%, los conciertos siguen vacíos. Cuando hay conciertos, aquí en Santiago, uno está pidiendo que lo inviten. Pero con los artistas extranjeros no pasa lo mismo. Por ejemplo Black Sabbath vendió todas las entradas un año antes a 50 mil pesos la entrada. Pero esa misma gente no paga 50 mil pesos por ir a ver música chilena. Por eso yo encuentro que es una tontera. Es decir, está bien pero primero hay que ahondar en otras políticas culturales para los músicos. Por ejemplo, obligar a los bares a poner música chilena, que paguen el derecho de autor, que se toque mas, porque realmente para los músicos chilenos es una guerra. Con la ley del 20%, si tu escuchas las radios, son los mismos weones de siempre, porque las parrillas están armadas ya. La Nicole, el Alberto Plaza, la Javiera Parra, y eso tu lo ves en la tele. Los programas de The Voice Chile, están La Nicole, la Javiera Parra, porque son un grupo, grupo que tiene todo el monopolio.</p>	<p>Desacuerdo en que el 20% sea impuesto.</p> <p>El porcentaje debe ser el resultado de políticas de fondo. La ley no ha influido sobre los conciertos que siguen vacíos.</p> <p>Los conciertos de músicos internacionales tienen mayor audiencia. Idea de imponer a los bares que se escuche música chilena y paguen derechos de autor. La ley del 20% reproduce siempre a los mismos artistas quienes son parte de un monopolio.</p>
PF3.5	<p>5. Conoces donde posicionar tus composiciones? Lo primero que uno debería hacer es registrar la obra. Luego, trato de publicarlo, de moverlo en redes sociales, dentro de lo que uno puede. Hay gente que sí cacha como se mueven y</p>	<p>Conocimiento sobre donde posicionar las composiciones. Mover las composiciones en</p>

	saben como bombardear en ciertos lugares. No es solamente publicarlo en Facebook, porque si tu tienes pocos contactos no sirve de mucho.	redes sociales.
PF3.6	6. Cual es el fin ultimo de tus composiciones? Que se escuche, que llegue a la gente. Yo creo que los artistas en general quieren mostrar sus cosas. Para mi sería el fin ultimo poder llegar a la mayor cantidad de gente posible.	El fin último es mostrar las obras y llegar a un público masivo.
PF3.7	7. Sabe que es una editorial musical? Una editorial donde se editan o salen cosas relacionadas con la música.	Conocimiento superficial sobre la editorial musical.
PF3.8	8. Sabes cual es su funcionamiento? No.	Desconocimiento sobre como funciona la editorial musical.
PF3.9	9. cual crees que es la relación entre la producción musical y la ley del 20%? No hay influencia de una en otra. La torta se reparte entre los mismos. Pero eso es típico de países en vías de desarrollo. Siempre nos hacen creer que Chile es un país desarrollado, pero en uno desarrollado hay cosas que son básicas. Pero no solo lo hace el gobierno sino también nosotros. A los países los hace la gente. Yo creo que no hay relación. Hay mas producciones musicales porque hay mas conectividad, y mas acceso a instrumentos, hay mas gente tocando, hay mas música en internet, en youtube, en Google, en las redes, pero no sé si tendrá mucho que ver la ley del 20% con la producción musical.	No hay relación entre la producción musical y la Ley del 20%. La ley solo beneficia a unos pocos artistas. La gente debe influir sobre las normativas y la cultura nacional. La proliferación de redes sociales y sitios musicales ha fomentado un aumento en la cantidad de producciones, pero no la Ley del 20%.
PF3.10	10. Conoces alguna universidad que tenga una editorial musical? No.	Desconocimiento de otras editoriales musicales.
PF3.11	11. Después de esbozar su funcionamiento, se le hace la pregunta: ¿Crees que sería de beneficio para nuestra universidad contar con una editorial musical propia? Por supuesto que sí. Porque le daría mucho mas fuerza a lo que va sucediendo acá. A los chicos también y podría incluirlos en todo esto (se refiere a la ley del 20%). Vuelvo a decirlo, yo creo que es bueno un 20%, incluso debería ser mas, pero no debería ser algo que te impongan. Si tu tienes	La editorial musical sería de beneficio para la Universidad. La editorial musical daría mayor fuerza a los músicos y obras que surgen dentro de la UAHC.

	<p>una radio, y la radio es tuya, tu pagas por tu radio, a mi no me pueden imponer la música que hay que poner. Esto debería ser por un resultado de otras cosas, que todos escuchamos mas música chilena. Lo que sucede en Argentina, en Brasil. En Brasil hay leyes, pero en Argentina la gente va a ver música. Yo he estado en Brasil y la gente va a ver a sus artistas. Pero ese no es un problema de la música, es un problema del país, de la idiosincrasia de la gente.</p> <p>Mi ex polola es directora de la radio Oasys, y cuando le preguntaba que pasaba con la ley del 20%, ella me decía: “es una mier...” y eso que ella es pro Chile. Yo incluso le he pasado música, discos de Entrama, de Franchesca Ancarola, y la pasaban a las tres o cuatro de la mañana, porque olvídate a las tres de la tarde. A las tres de la tarde son las mismas vacas sagradas de siempre. La Javiera Parra, la Nicole, Sergio Lagos, no son artistas vigentes. Si yo hago un programa como The Voice Chile, pongo a productores musicales, gente que esté metida en el medio, como el Necochea, gente que está en el medio y trabaja. La Nicole hizo un par de discos buenos cuando chica, uno que le produjo Ceratti, pero no es alguien que esté haciendo cosas nuevas. Javiera Parra hizo un disco de covers, y no fue de agrado. Sin embargo, ella va a tocar a todos lados. Porque lleva un apellido importante.</p> <p>La pachanga, a pesar de ser un movimiento que no es de mi agrado, es un movimiento que está tomando fuerza por ellos mismos. Es un espacio que se está gestando automáticamente. Porque Chile viene de tener música depresiva, desde Violeta Parra a Congreso, todo con tristeza y nostalgia. La gente hoy quiere bailar, tomarse una chela y despreocuparse de todo. Si nosotros fuéramos mas nacionalistas no estaríamos hablando de un 20% de música. En Brasil hay leyes, pero si tu vas a buscar un disco extranjero, no hay, porque la gente consume música nacional. Aquí le dices a la gente que vas a tocar, y te piden que les regales una entrada, lo cual no sucede cuando viene Black Sabbath, la gente no se fija en el dinero.</p>	<p>Un 20% es poco para la difusión de la música chilena. El 20% debería ser el resultado de la idiosincrasia de la gente, como sucede en otros países. Funcionarios del medio radial opinan que la Ley no sirve.</p> <p>Músicos de estilo no comercial suenan en las radios después de las tres de la mañana. Programas televisivos de selección de nuevos artistas tienen como jurado a miembros del monopolio de la música chilena.</p> <p>La pachanga es un movimiento con fuerza propia. La gente hoy busca diversión y no quiere la clásica música depresiva chilena. En otros países la gente consume música nacional. La gente, en Chile, a la hora de ir a ver un concierto de artistas locales, pide que le regalen las entradas.</p>
--	---	--