

VI JORNADA DE BECARIOS Y TESISISTAS 2016

2 de noviembre

Departamento de Ciencias Sociales, Universidad Nacional de Quilmes

Título: “El impacto de la Ley de SCA en los contenidos musicales de las radios.

Análisis comparativo entre el año 2010 y el segundo semestre de 2015”.

Autor: Agustín Yannicelli

E-mail: agustiney@gmail.com

Formación Académica: Maestrando en “*Industrias culturales: políticas y gestión*” y

Licenciado en “*Composición con medios electroacústicos*”, ambas por la UNQ.

Tipo de Beca: Beca de Formación Inicial, categoría 2 (Graduados), de la Secretaría de Investigaciones de la UNQ.

Tesis de Maestría: “*Políticas públicas del Estado Nacional, orientadas al fomento de la actividad musical y al desarrollo de la industria de la música en el período 2005-2015*”.

Director de Tesis: Martín Liut

Director de Beca: Guillermo Mastrini

La beca está inscripta en el Proyecto de Investigación “*Políticas de comunicación en un escenario convergente: estudio del impacto de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual y la Ley Argentina Digital*” dirigido por el Dr. Guillermo Mastrini dentro del Programa de Investigación “*Industrias culturales y espacio público: comunicación y política en la Argentina*”, dirigido por el Dr. Martín Becerra.

OBJETIVO GENERAL

Analizar el nivel de cumplimiento del inciso ii) del Artículo 65 de la Ley de SCA en el período enero-junio de 2016, en porcentajes de cuota que se cumpla tanto mensual como semestralmente, buscando así visualizar la evolución a lo largo del tiempo. También se medirá el porcentaje de operadores de radiodifusión que cumplen con la norma, ya que están dadas las condiciones tanto legales como técnicas para estos puntos del artículo 65 de la Ley de SCA comiencen a implementarse de forma inminente.

CAMBIOS EN EL PERIODO DE ANALISIS: CAUSAS

A partir de los resultados de las elecciones nacionales de 2015, que se conocieron en simultáneo a la fecha de otorgamiento de la Beca, trayendo como resultado la asunción en el gobierno nacional de un poder ejecutivo con un signo político distinto y con una política de comunicación diametralmente opuesta a la planteada en los últimos años por el gobierno anterior, modificando a días de asumir la Ley de 26522/09 por Decretos de Necesidad y Urgencia (decretos n°12, n°13, n°236, n°237, n°267 del 2015) , el Director de Beca propone al Becario cambiar el período de análisis planteado en el plan de investigación inicial (primer semestre de 2016) por el último semestre de 2015 para realizar una evaluación del cumplimiento de las radios con la anterior gestión. Si bien el artículo 65 no fue modificado por el gobierno actual, el Becario considera pertinente esa modificación en el periodo de análisis ya que no sólo se trata de funcionarios distintos, sino de entidades de aplicación con una dependencia externa y funcionamiento interno muy disímiles como fue la AFSCA en el pasado y es el ENACOM en la actualidad. A su vez, observando las posibilidades de la herramienta de análisis como a la que se accedió, el Becario propone al Director agregar procesamiento de datos de música nacional de las radios escogidas como muestra, durante el año 2010, para evaluar el nivel de los contenidos indicados por el artículo 65 pero en un periodo anterior al exigido por

la Ley. Es decir, poder realizar un análisis comparativo del "comportamiento" de las radios y el impacto de la Ley sobre los contenidos, tal como indica el título del Proyecto de investigación en el cual se encuadra esta investigación. Si bien el artículo 65 estaba reglamentado por el Decreto 1225/10, la AFSCA emitió en diciembre la Resolución 474/10 que indicaba a las radiodifusoras privadas que las cuotas de contenidos entrarían en vigencia a partir de marzo de 2011. Teniendo en cuenta que VERICAST (ver Metodología) brinda datos desde el 1° de enero de 2010, por cuestiones logísticas de almacenamiento, resulta trascendente agregar este análisis antes que estos datos no figuren más en dicha plataforma. Esto fue aprobado por el Director.

METODOLOGIA

El Becario ha gestionado el acceso a la base de datos denominada VERICAST de la empresa BMAT (*Barcelona Music and Audio Technologies*), la cual brinda el servicio de monitoreo de música en radios y televisión en más de 60 países, y tiene como principales clientes del país a las sociedades de gestión colectiva (SADAIC, AADI, CAPIF, radios y canales de TV privados) y plataformas mundiales de música como Spotify y Deezer.

A partir de esta gestión, que dio un resultado positivo, el Becario planteó como muestras de análisis a las siete radios FM privadas con mayor rating share de la Argentina: Pop, La 100, Disney, Aspen, Mega, Metro y Los 40 Principales, según IBOPE. Se propuso excluir del análisis a Aspen, ya que ha sido favorecida con la Resolución n°1498/11 de la AFSCA, catalogándola como "*radio temática*" y por ende está exceptuada de cumplir con el Artículo 65 de la Ley de SCA. Estas decisiones fueron consultadas y consensuadas con el Director de Beca.

Medición RADIOS FM

Lunes a Domingo 24 hs.

Radio	Agosto 2016
Pop Radio 101.5	14.3
La 100	11
Radio Disney	8.7
Radio Aspen	8.4
Mega 98.3	8.3
Metro 95.1	8
Los 40 Principales	6

ENLARADIO
Contacto
Mediakit

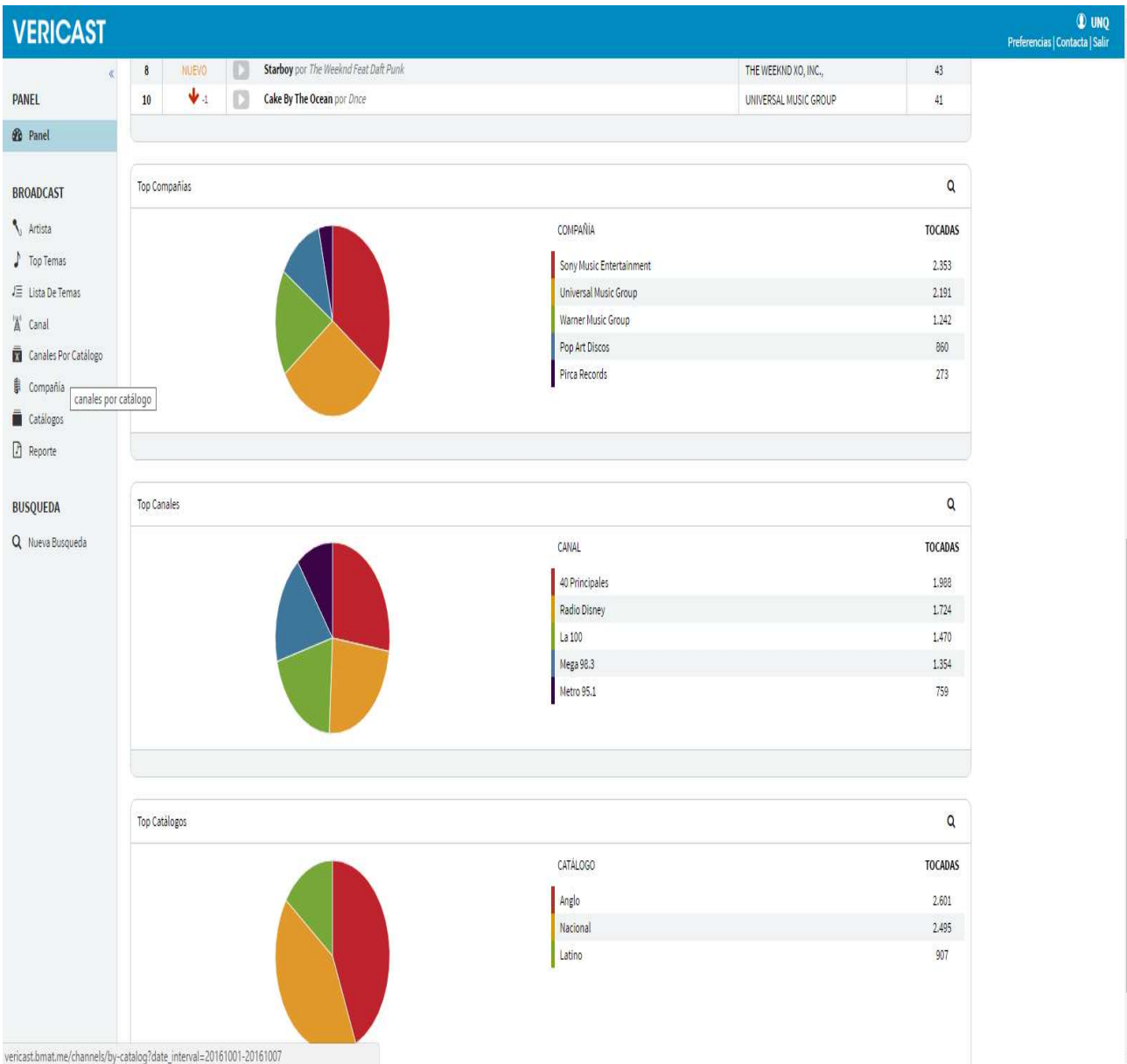
Contáctenos
Contacto
Mensajes
Publicidad

Redes Sociales
Facebook
Twitter
Google+

Legal
Términos y Condiciones

Fuente: IBOPE. Disponible online en: <http://www.enlaradio.com.ar/ratings/>

La plataforma VERICAST de la empresa BMAT organiza su plataforma a partir de distintas categorías: artista, ranking, lista de canciones, canal (medio de comunicación escogido para el cliente, en este caso UNQ), canales por catálogo (mercado de donde proviene la música dividido en: nacional, latino, anglo), y compañía (sello discográfico). A su vez dispone de la posibilidad de filtrar y combinar todas esas variables por periodo, desde el 01/01/2010 hasta la actualidad. A continuación se presenta un ejemplo de la interfaz gráfica de VERICAST:



El análisis de datos determinará dos categorías de cumplimiento para cada radio:

1. Si se alcanzó o no la cuota de **música nacional** del 30% dentro de la programación de cada radio.
2. Si se alcanzó o no la cuota de **música nacional independiente** que debe ser al menos equivalente al 50% de la música nacional emitida.

El punto 1.a de la Ley 26.522/09 en su inciso “ii” determina tanto para las radiodifusoras privadas como para los no estatales, lo siguiente:

ii. Como mínimo el treinta por ciento (30%) de la música emitida deberá ser de origen nacional, sea de autores o intérpretes nacionales, cualquiera sea el tipo de música de que se trate por cada media jornada de transmisión. Esta cuota de música nacional deberá ser repartida proporcionalmente a lo largo de la programación, debiendo además asegurar la emisión de un cincuenta por ciento (50 %) de música producida en forma independiente donde “*el autor y/o intérprete ejerza los derechos de comercialización de sus propios fonogramas mediante la transcripción de los mismos por cualquier sistema de soporte teniendo la libertad absoluta para explotar y comercializar su obra*”¹. La Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual podrá eximir de esta obligación a estaciones de radiodifusión sonora dedicadas a colectividades extranjeras o a emisoras temáticas.

MUESTRAS

A cada radio se le asignó una nomenclatura en letras de la “A” a la “F”.

- A. Los 40 Principales (105.5Mhz)
- B. Radio Disney (93.7Mhz)
- C. La 100 (99.9Mhz)
- D. Pop (101.5Mhz)
- E. Mega (98.3Mhz)
- F. Metro (95.1Mhz)

¹ Definición de Diego Boris, por entonces Presidente de la Unión de Músicos Independientes, citada en el cuerpo de la ley.

RECORTE TEMPORAL

A partir de lo expuesto con anterioridad en lo concerniente al cambio en el período de análisis, sus causas y las posibilidades de abordaje metodológico que brinda la plataforma VERICAST de BMAT, se han propuesto dos tipos de **recorte temporal** para la muestra seleccionada (las radios escogidas):

1. Desde el 01/01/2010 hasta el 31/12/2010 (durante ese año las radios no estaban obligadas a cumplir con la cuota de música nacional).
2. Desde el 09/06/2015 hasta el 09/12/2015 (último día de gestión del gobierno de Cristina Fernández de Kirchner).

PROCESAMIENTO Y FILTROS

Habiendo determinado las muestras, que serán tratadas con los recortes temporales descritos anteriormente, se aplicará a cada una ellas una serie de variables analíticas denominadas **filtros**.

Para cada uno de estos periodos se analizó muestra por muestra el porcentaje de música nacional que pasaron en cada periodo, denominado **filtro por catálogo regional**, es decir, el origen de la música, al cual VERICAST divide en tres tipos: *nacional*, *latino* y *anglo*. Se le asignó a cada resultado de análisis una valoración positiva (ALCANZADA) o negativa (NO ALCANZADA) considerando los porcentajes de los datos obtenidos por la herramienta de análisis y los que indica la ley 26.522 de SCA, la cual denomina a los porcentajes para cada tipo de música como “*cuota*”. Por esta razón la valoración se mide como “*alcanzada*” o “*no alcanzada*”.

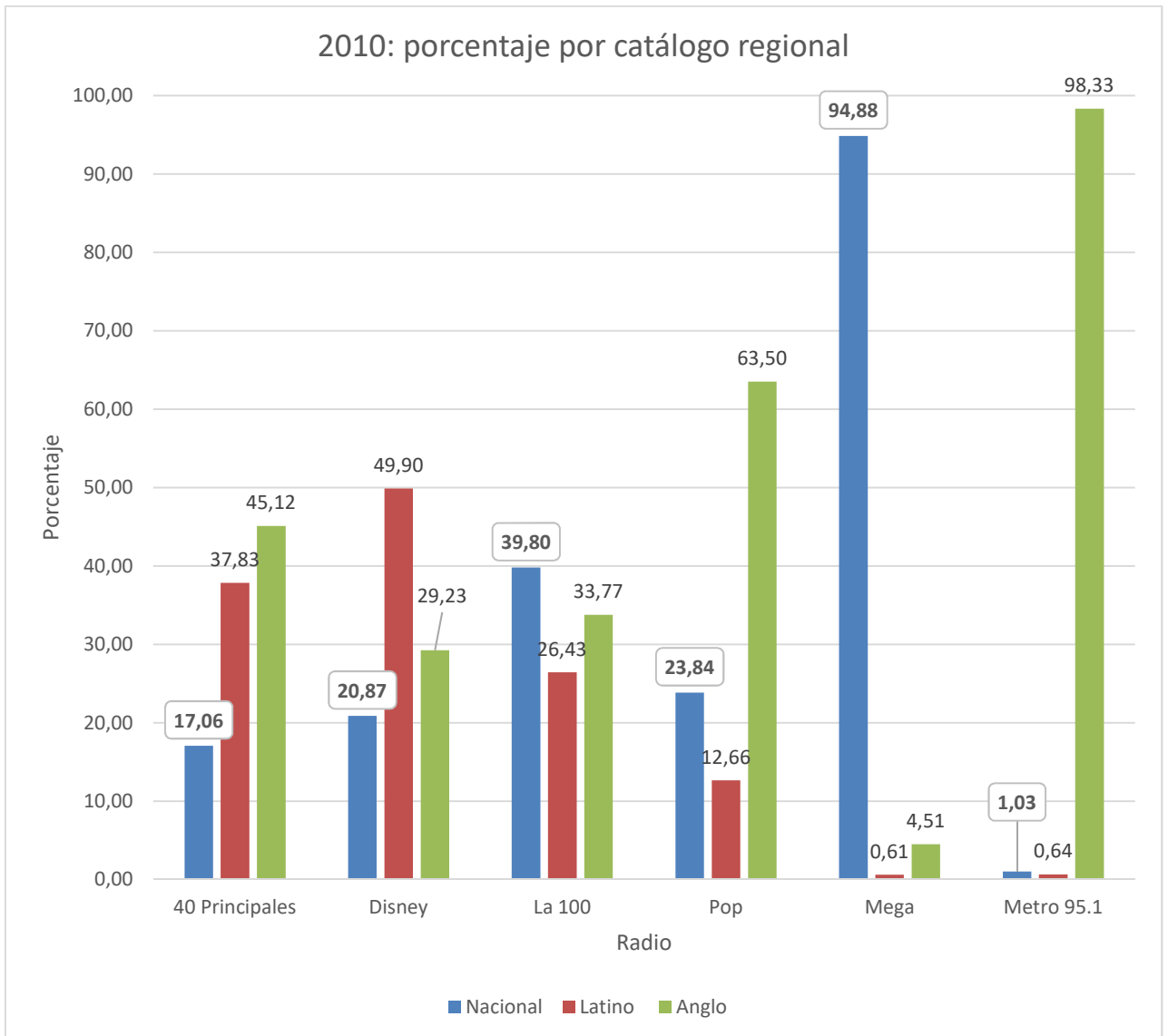
Posteriormente, a cada una de las muestras se le aplicó un **filtro de catálogo discográfico nacional**, el cual brinda como resultados los porcentajes y cantidad de pasadas (canciones reproducidas) por cada sello editor radicado en la Argentina. A partir de esto se puede saber si el 50% de la música nacional emitida ha sido independiente ó no, en principio por descarte, ya que en todos los casos predominan las canciones editadas a través de los sellos *majors*² globales con sus filiales locales (Warner Music Group, Universal Music Group, Sony Music Entertainment) y los sellos no independientes nacionales (Pop Art Discos, Barca Discos). La categoría de sello independiente debe analizarse caso por caso. Por esta razón, cuando se vislumbra que los *majors* han superado la mitad de la música nacional emitida por cada muestra se le asigna la valoración negativa. Este tipo de procesamiento es denominado **filtro por catálogo discográfico nacional** en el trabajo. Se le asignó a cada resultado de análisis una valoración positiva (ALCANZADA) o negativa (NO ALCANZADA) considerando los porcentajes de los datos obtenidos por la herramienta de análisis y los que indica la ley 26.522 de SCA, la cual denomina a los porcentajes para cada tipo de música como “*cuota*”.

² Término proveniente del idioma inglés que se utiliza para definir a los grandes conglomerados fonográficos multinacionales.

RESULTADOS DEL ANÁLISIS

RECORTE TEMPORAL 1: AÑO 2010

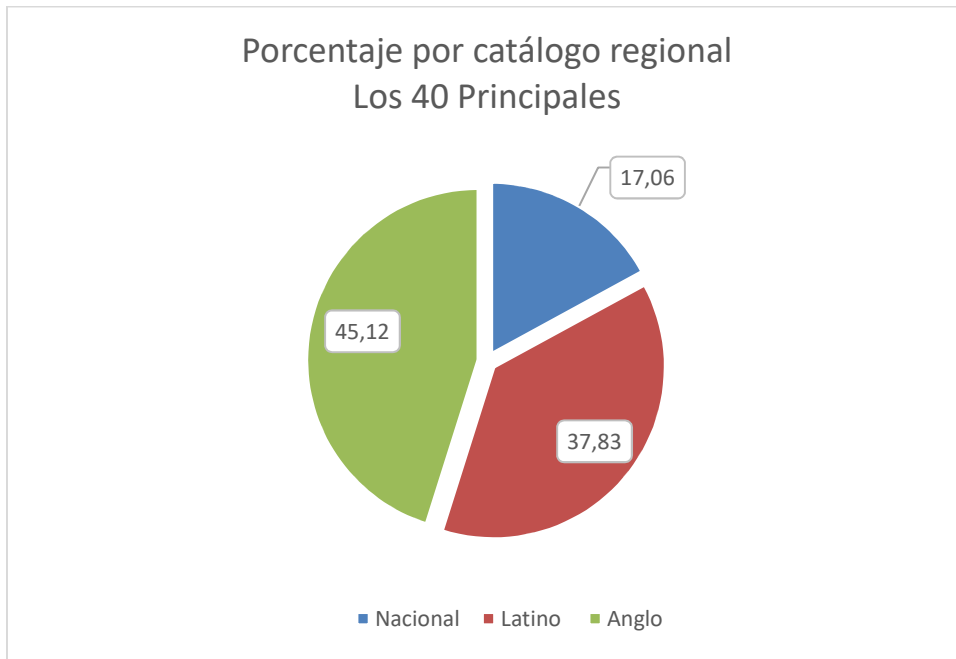
MEDICION POR CATALOGO REGIONAL (todas las muestras)



RECORTE TEMPORAL 1: AÑO 2010 CUOTA DE MÚSICA NACIONAL

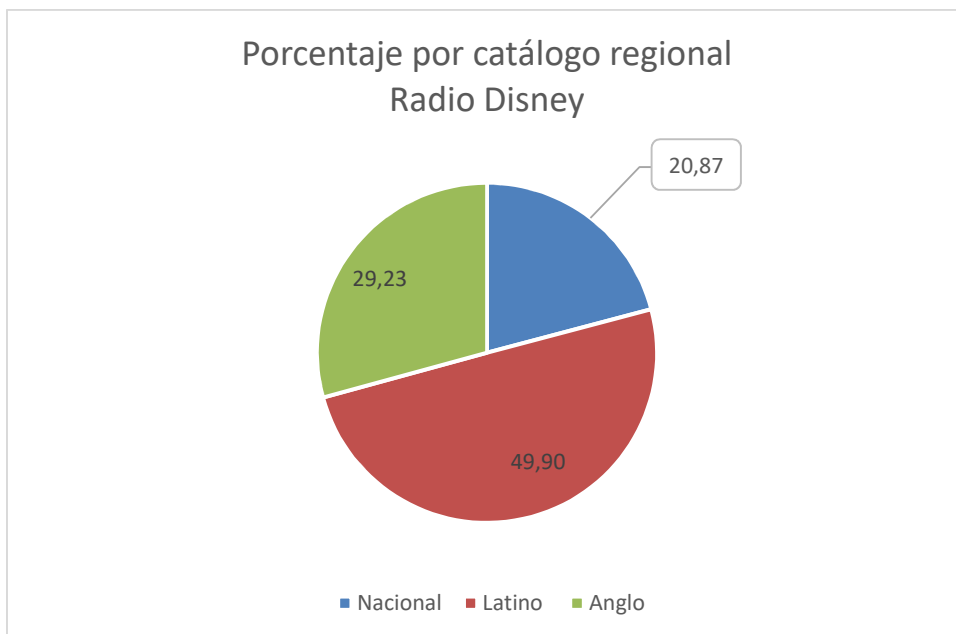
CUOTA DE MUSICA NACIONAL POR CADA RADIO

MUESTRA A



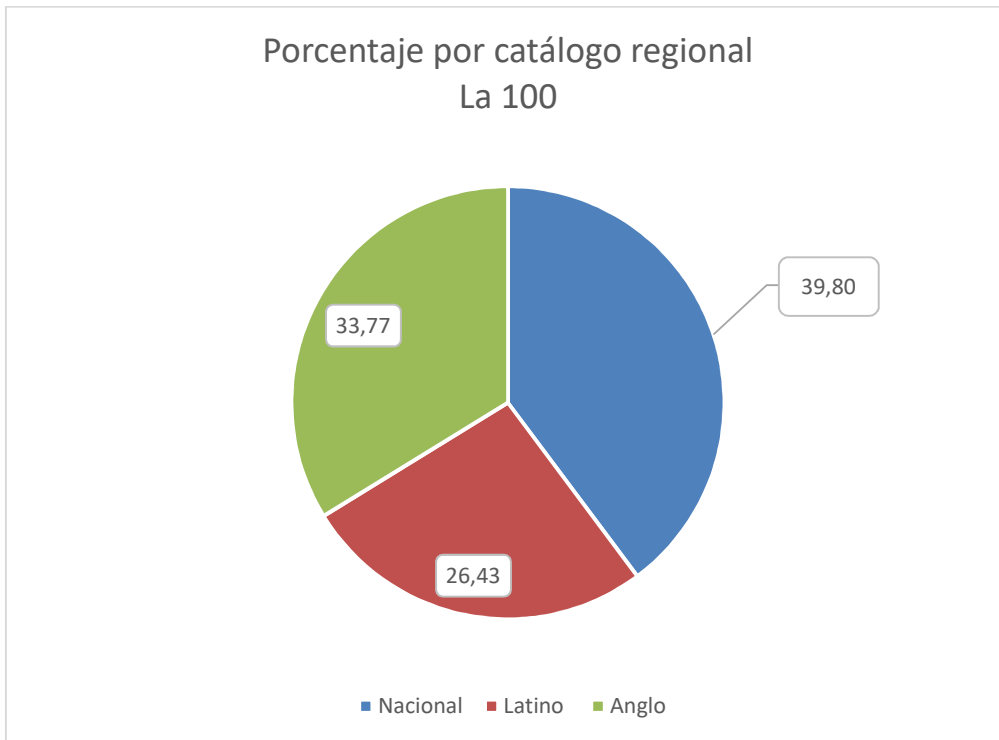
VALORACION: NO ALCANZADA

MUESTRA B



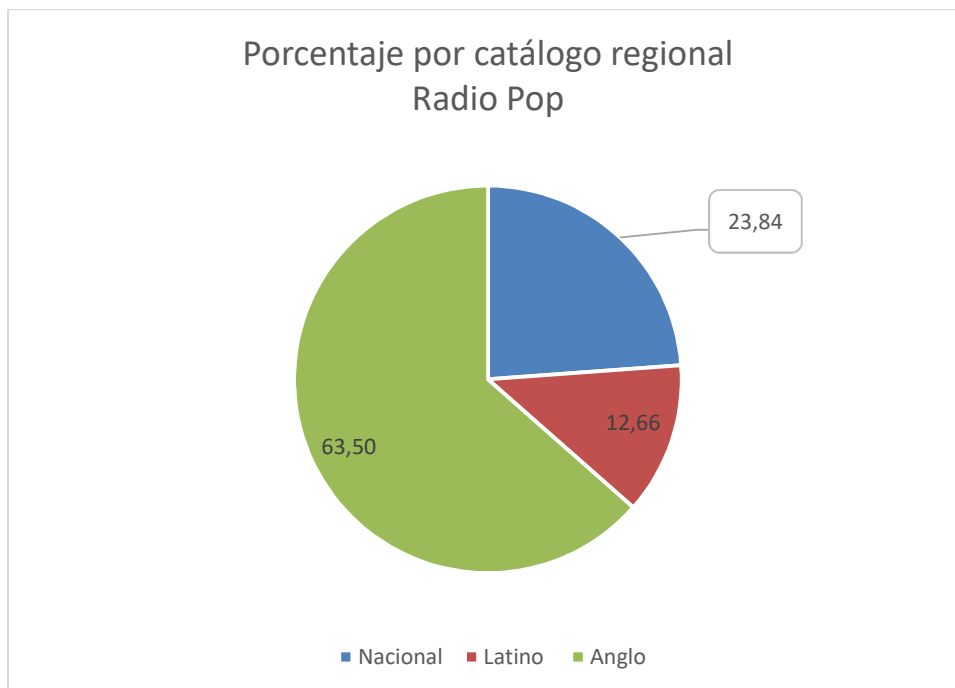
VALORACION: NO ALCANZADA

MUESTRA C



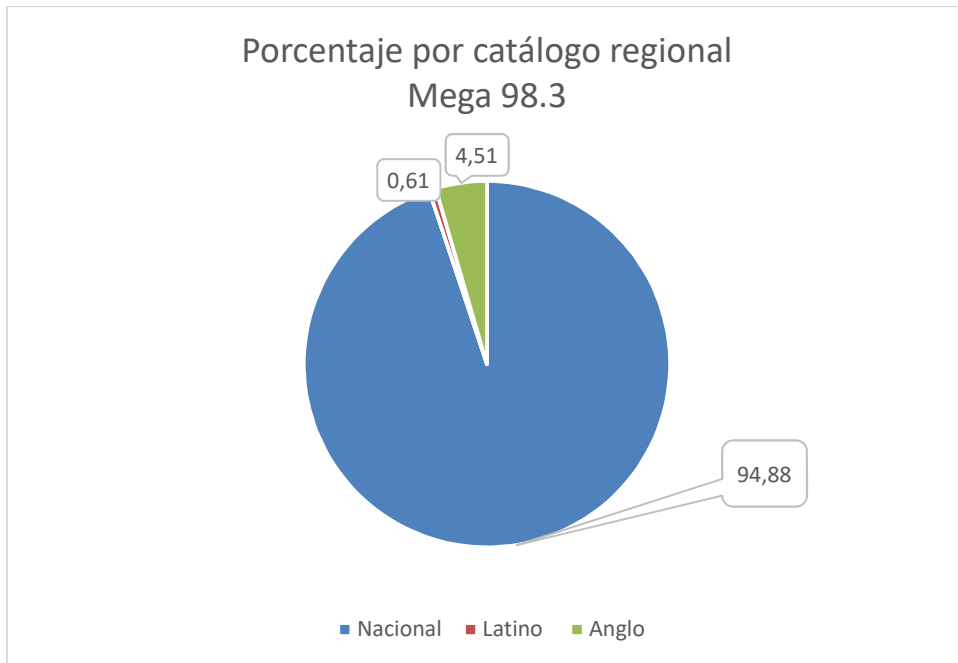
VALORACION: ALCANZADA

MUESTRA D



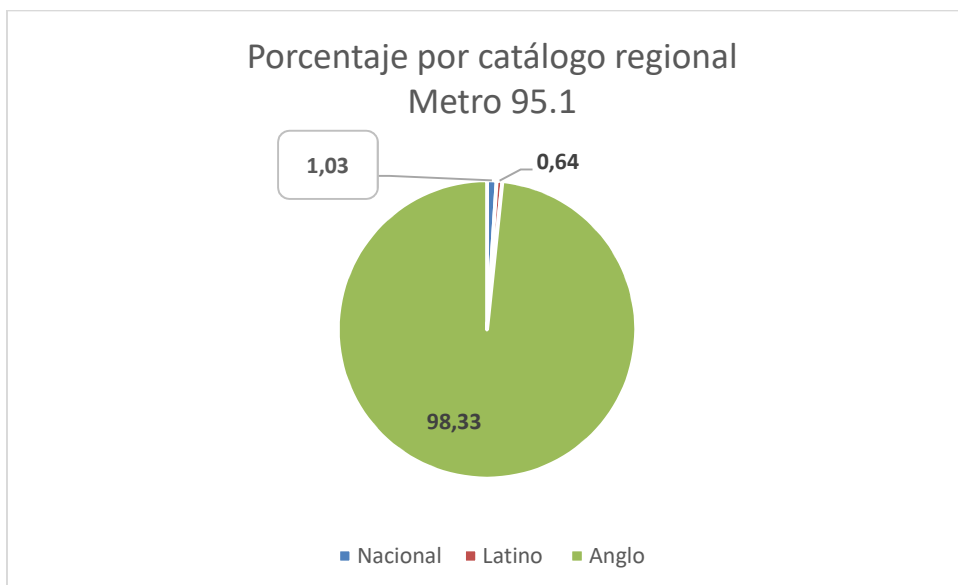
VALORACION: NO ALCANZADA

MUESTRA E



VALORACION: **ALCANZADA**

MUESTRA F

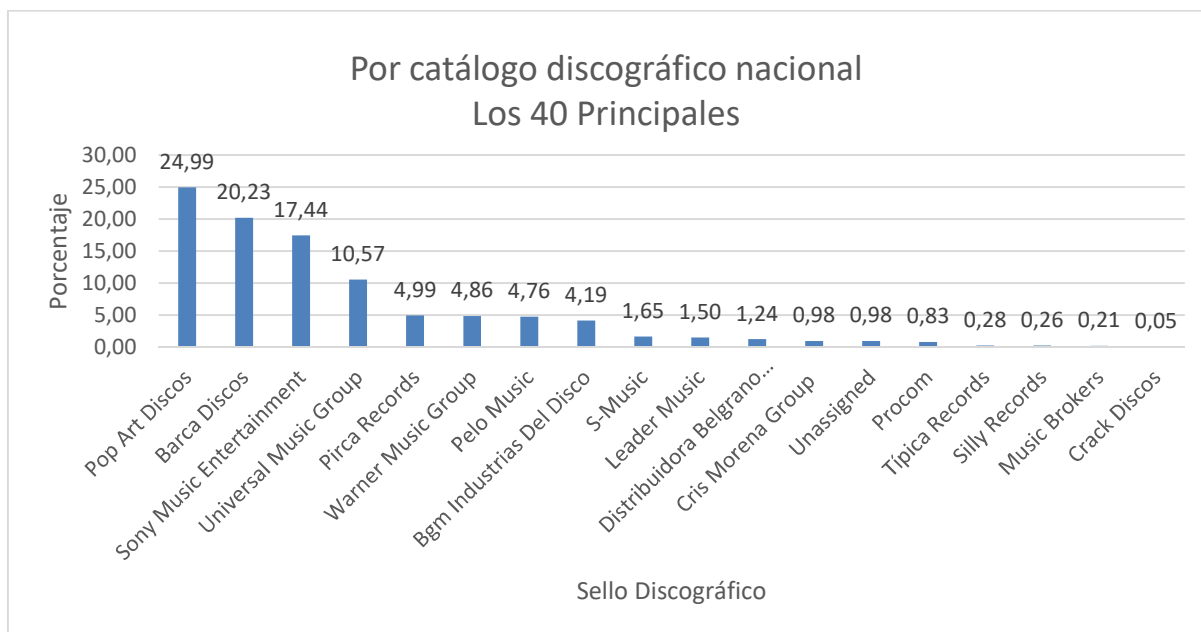


VALORACION: **NO ALCANZADA**

RECORTE TEMPORAL 1: AÑO 2010

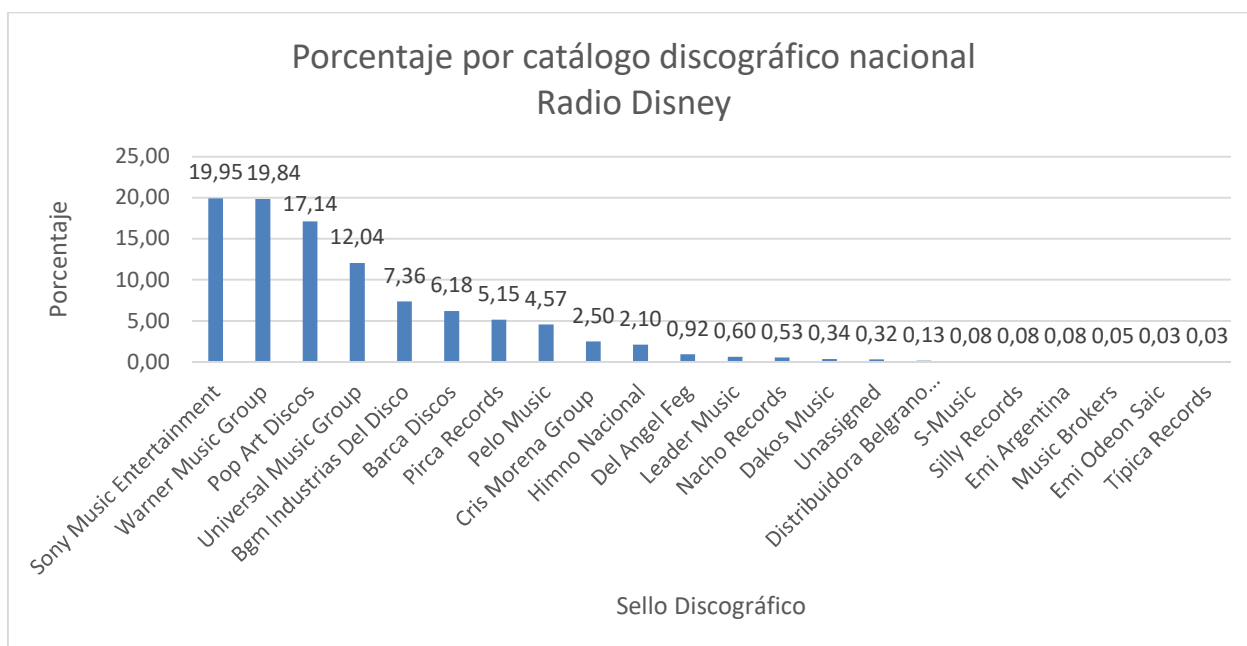
CUOTA DE MÚSICA INDEPENDIENTE POR CADA RADIO

MUESTRA A



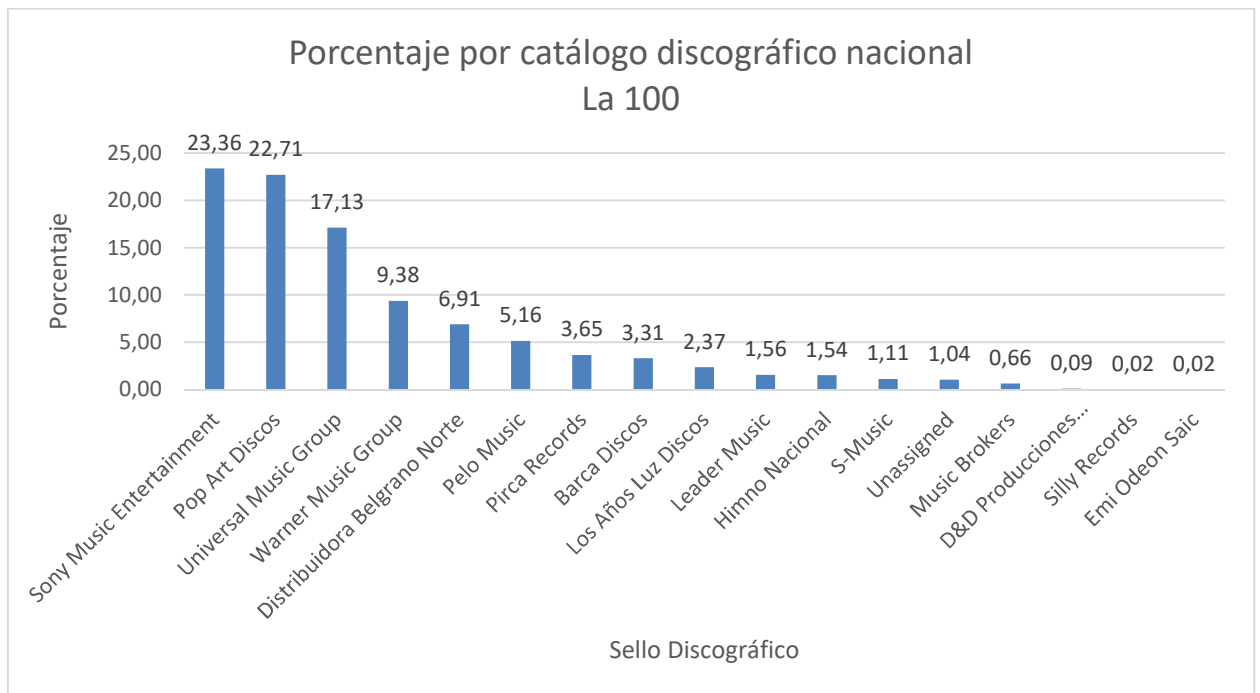
VALORACION: NO ALCANZADA

MUESTRA B



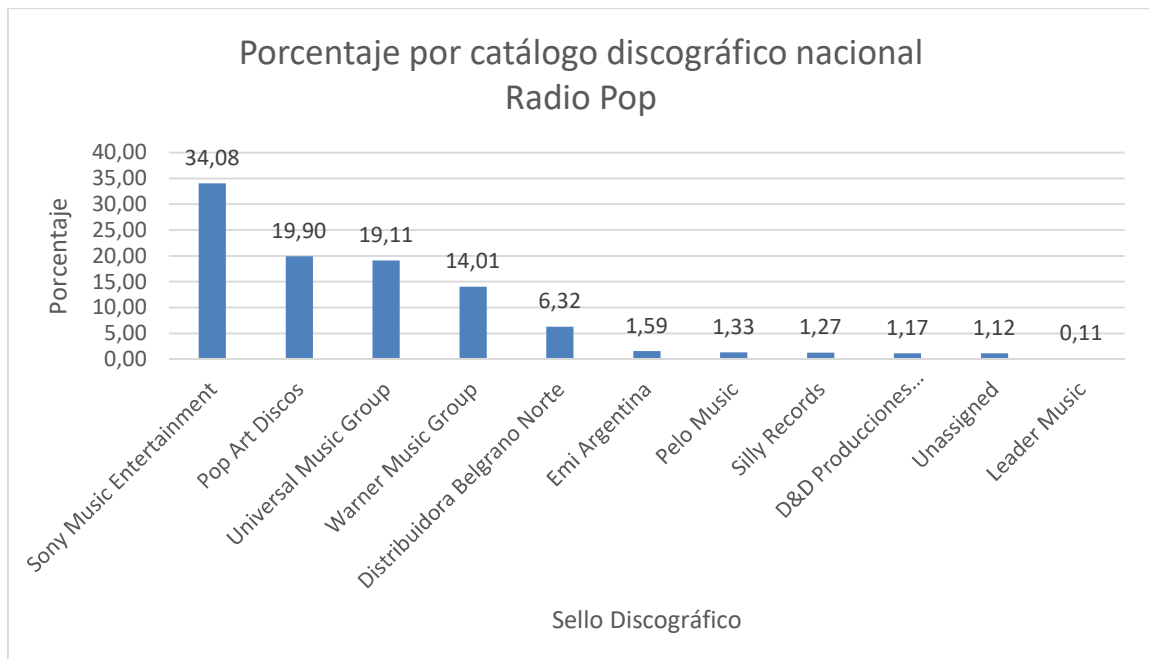
VALORACION: NO ALCANZADA

MUESTRA C



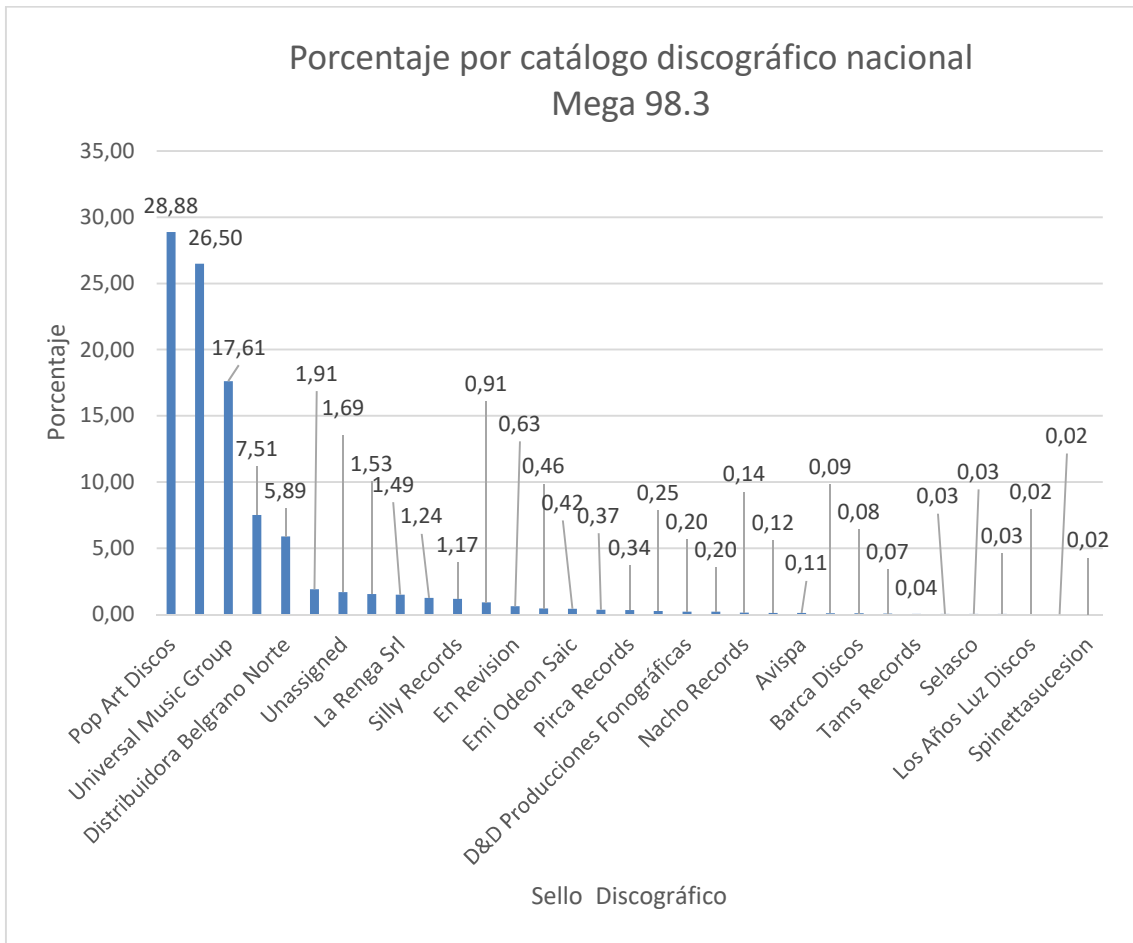
VALORACION: NO ALCANZADA

MUESTRA D



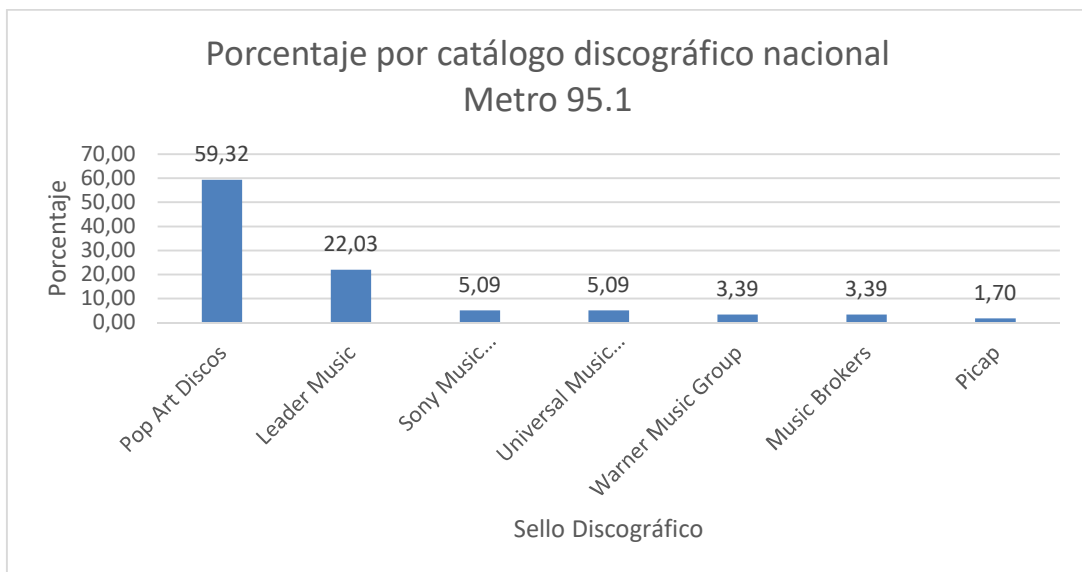
VALORACION: NO ALCANZADA

MUESTRA E



VALORACION: NO ALCANZADA

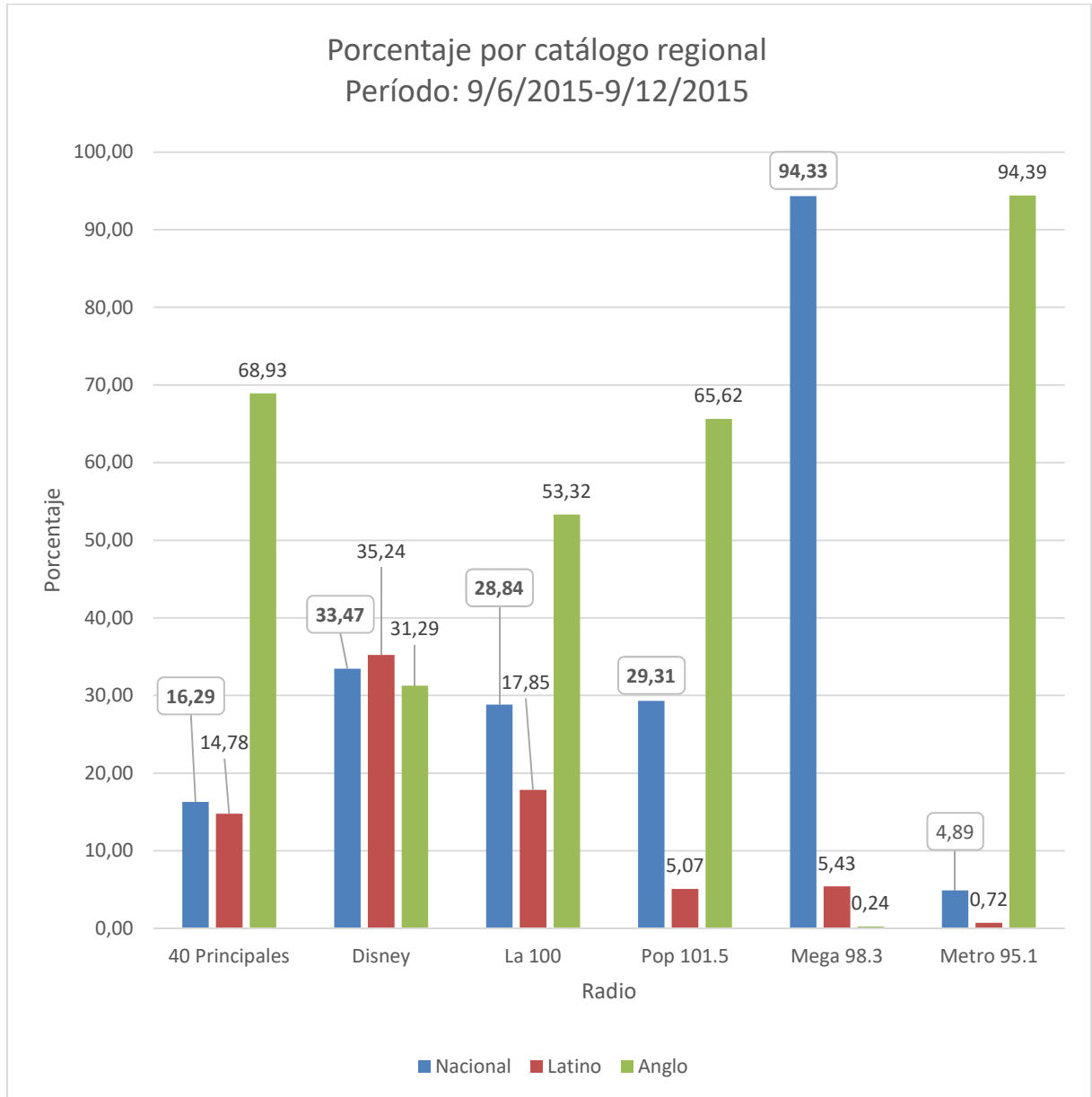
MUESTRA F



VALORACION: NO ALCANZADA

RECORTE TEMPORAL 2: SEGUNDO SEMESTRE AÑO 2015 (9/6 al 9/12)

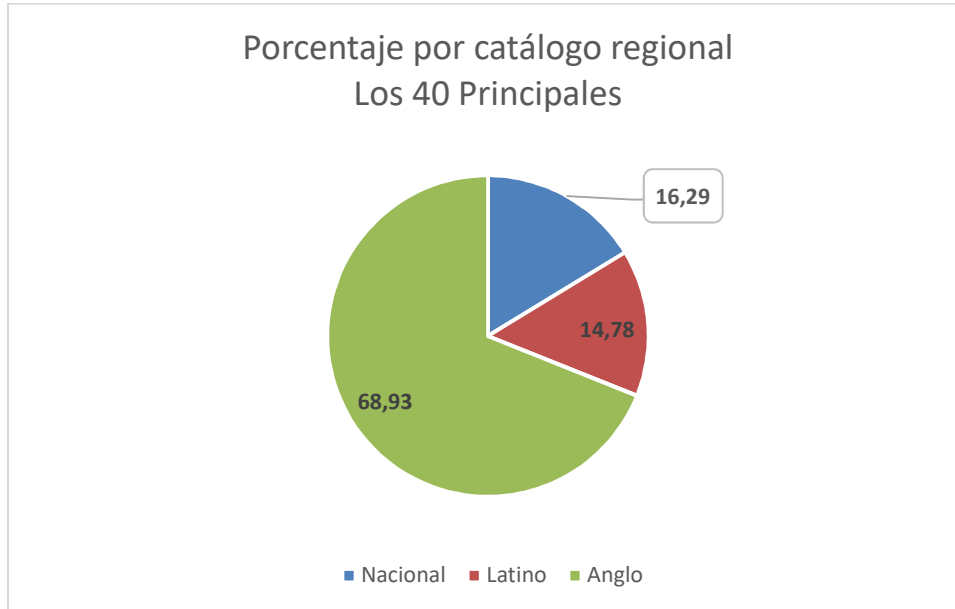
MEDICION POR CATALOGO REGIONAL (todas las muestras)



RECORTE TEMPORAL 2: SEGUNDO SEMESTRE AÑO 2015 (9/6 al 9/12)

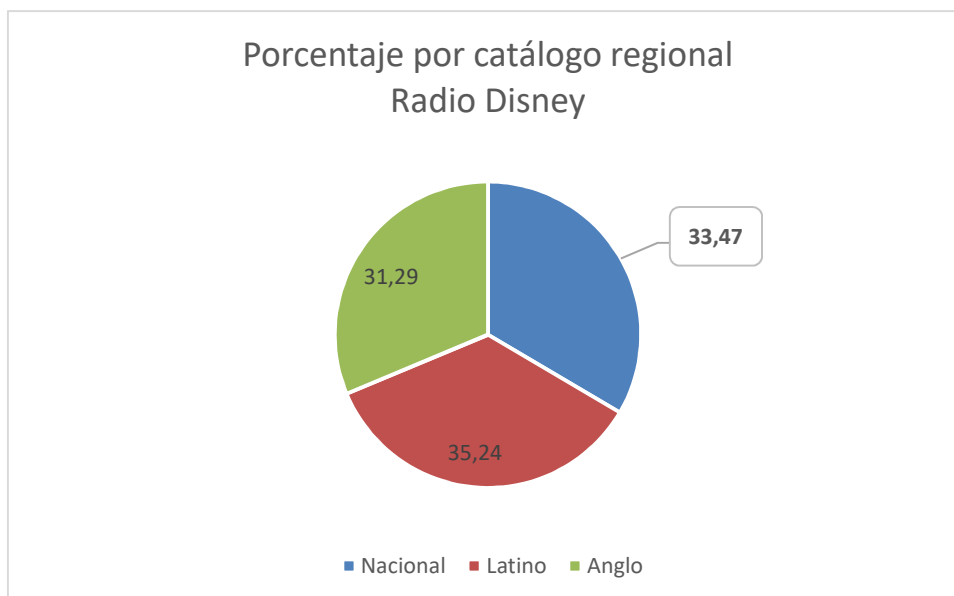
CUOTA DE MUSICA NACIONAL POR CADA RADIO

MUESTRA A



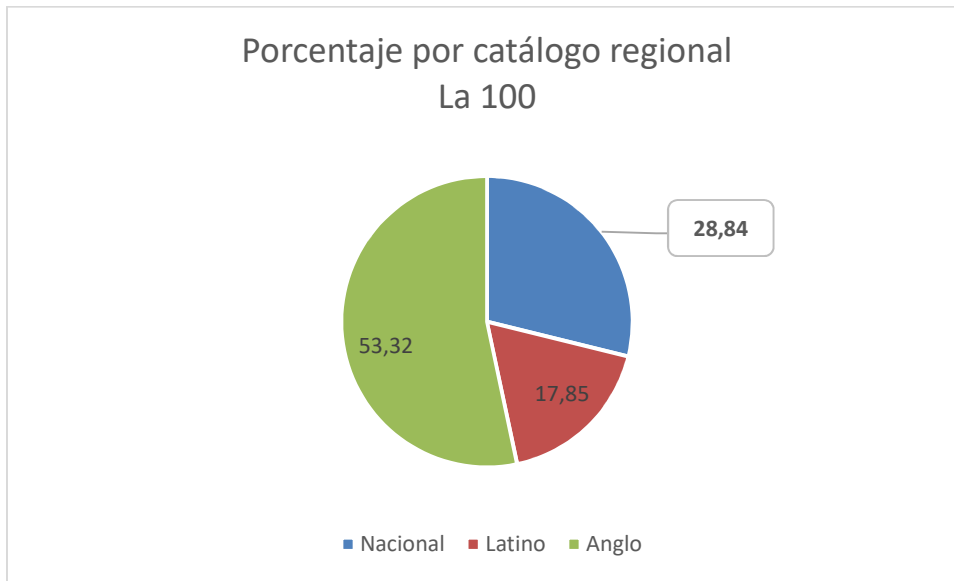
VALORACION: NO ALCANZADA

MUESTRA B



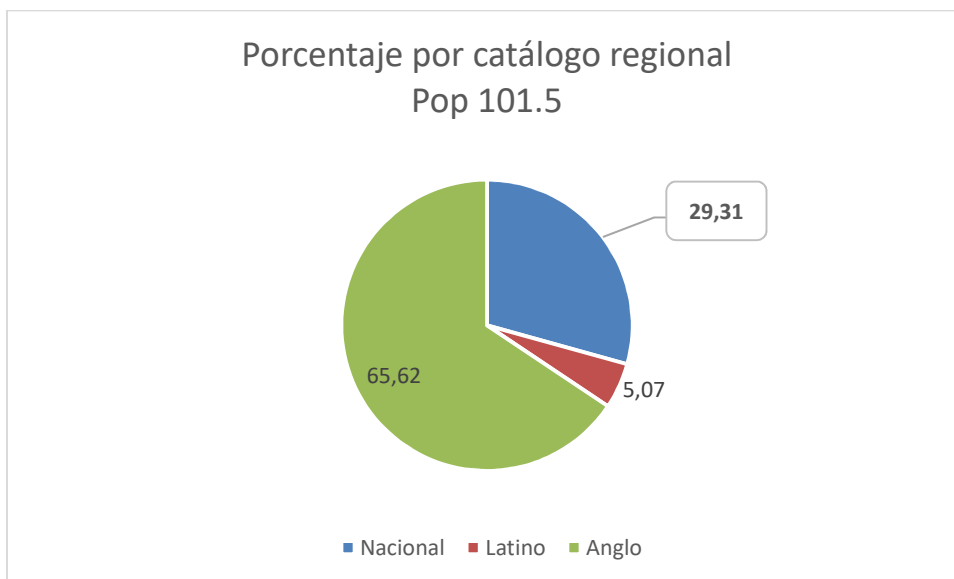
VALORACION: ALCANZADA

MUESTRA C



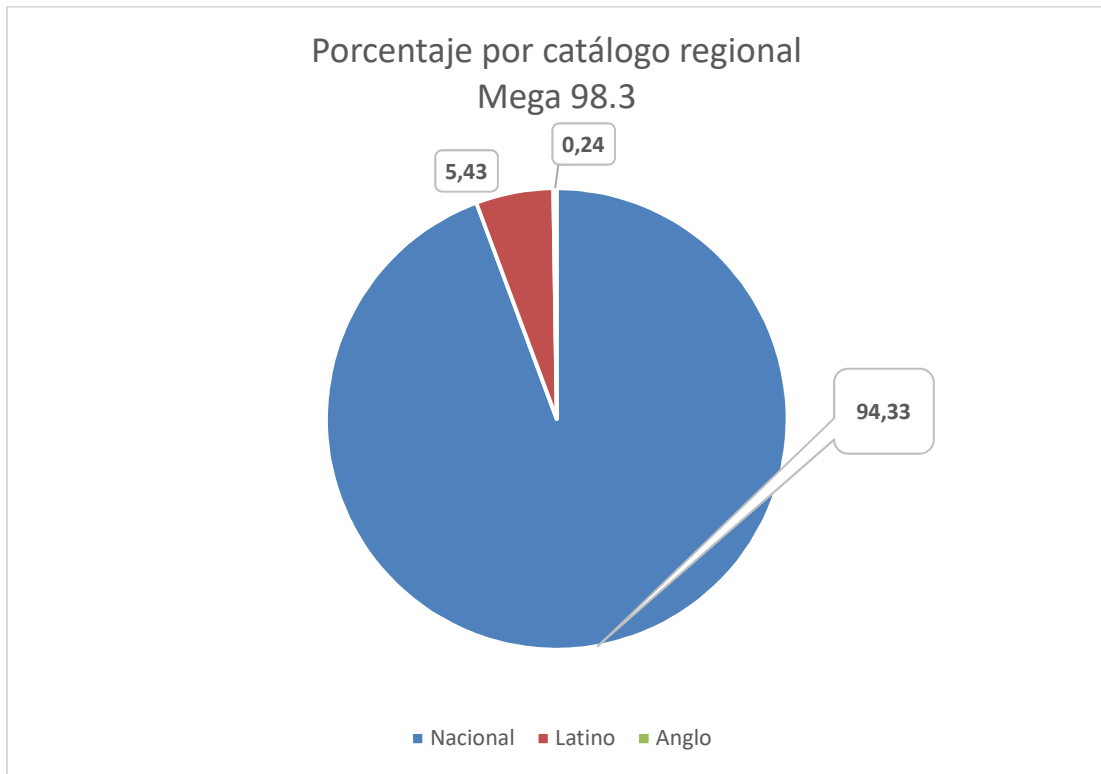
VALORACION: NO ALCANZADA

MUESTRA D



VALORACION: NO ALCANZADA

MUESTRA E



VALORACION: ALCANZADA

MUESTRA F

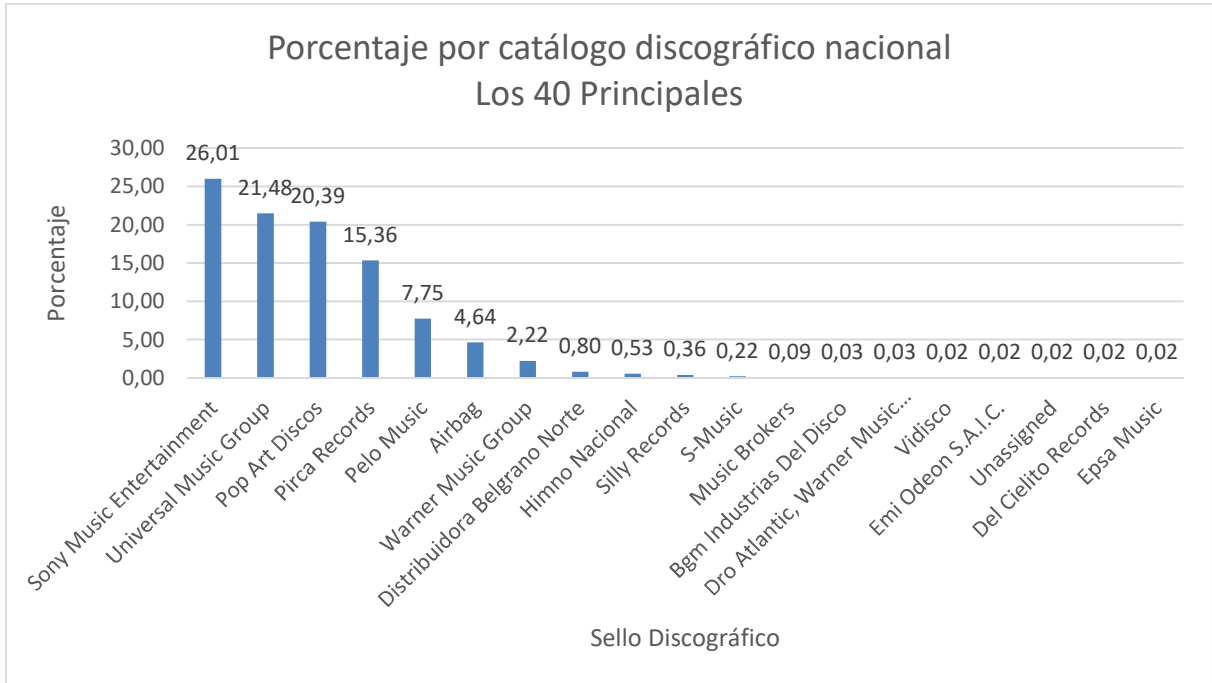


VALORACION: NO ALCANZADA

RECORTE TEMPORAL 2: SEGUNDO SEMESTRE AÑO 2015 (9/6 al 9/12)

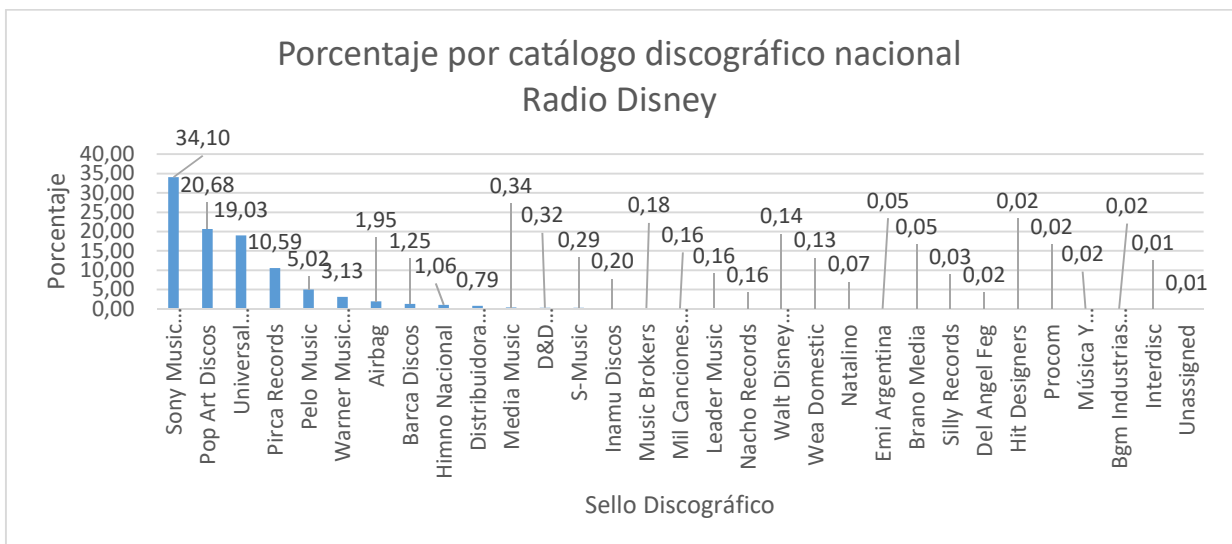
CUOTA DE MÚSICA INDEPENDIENTE POR CADA RADIO

MUESTRA A



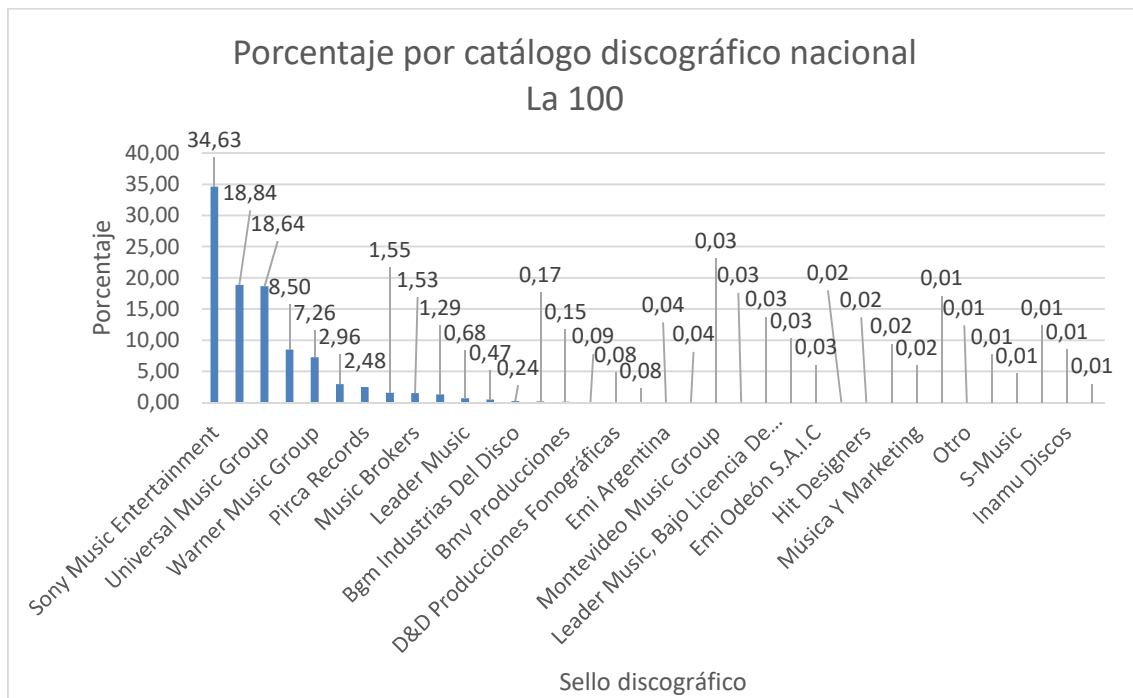
VALORACION: NO ALCANZADA

MUESTRA B



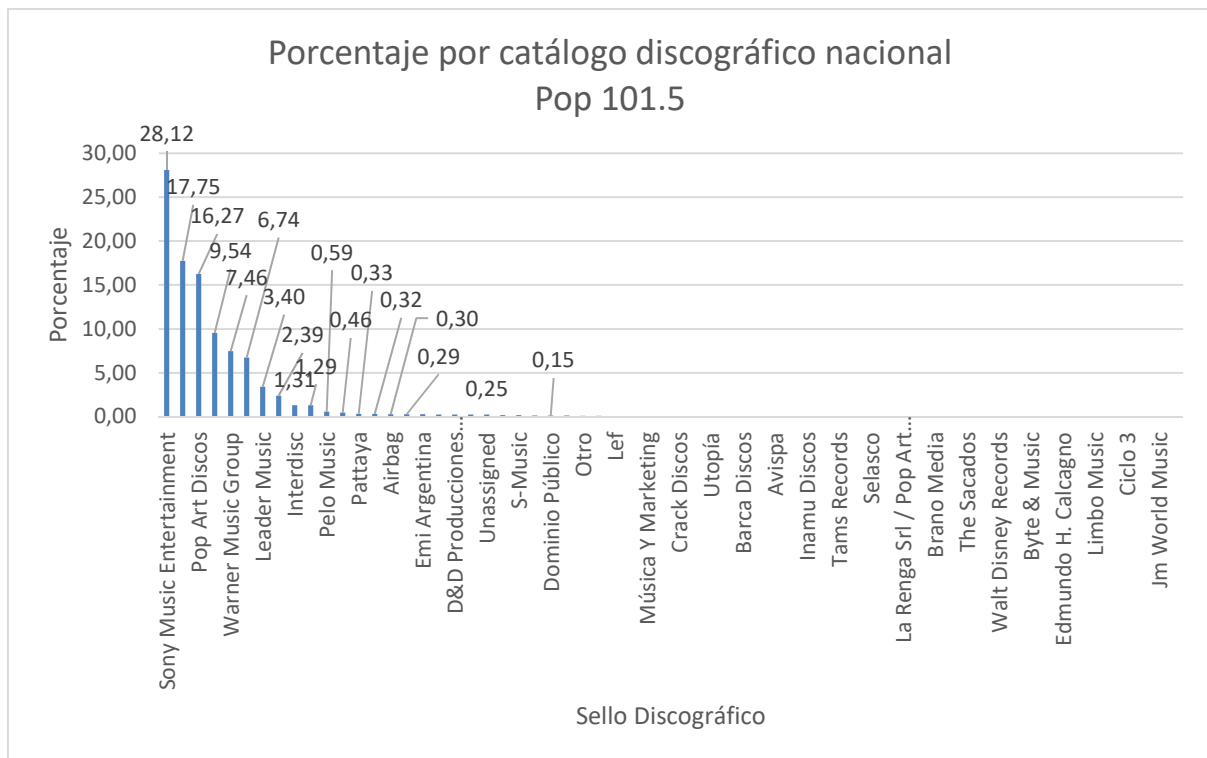
VALORACION: NO ALCANZADA

MUESTRA C



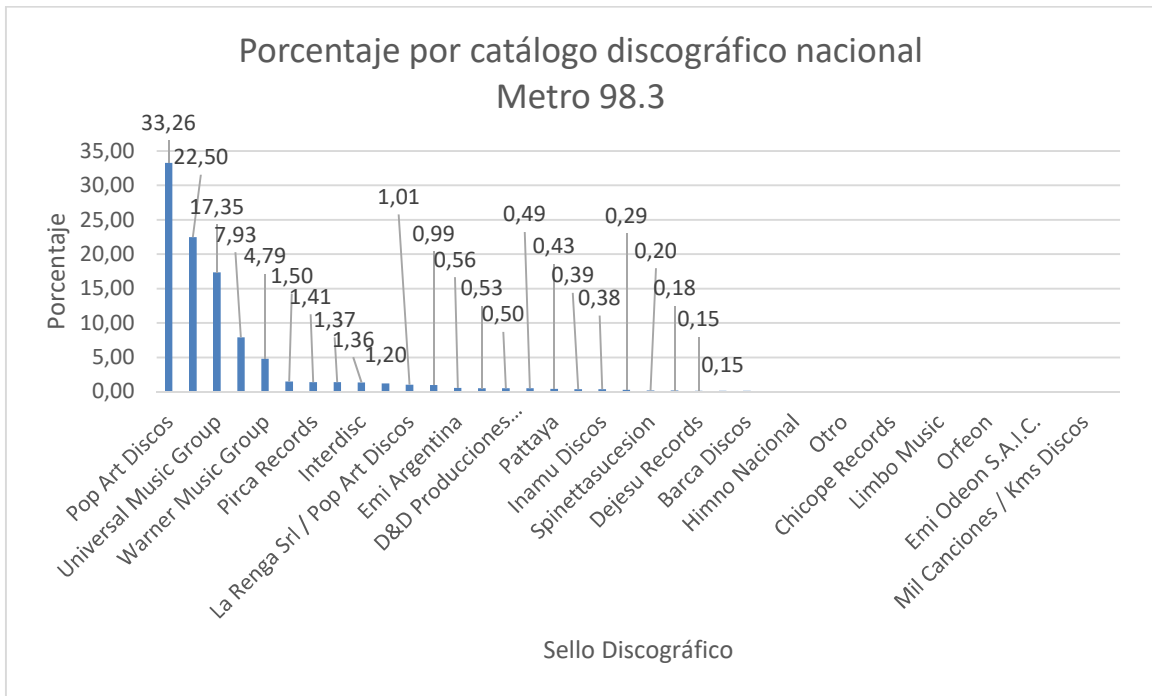
VALORACION: NO ALCANZADA

MUESTRA D



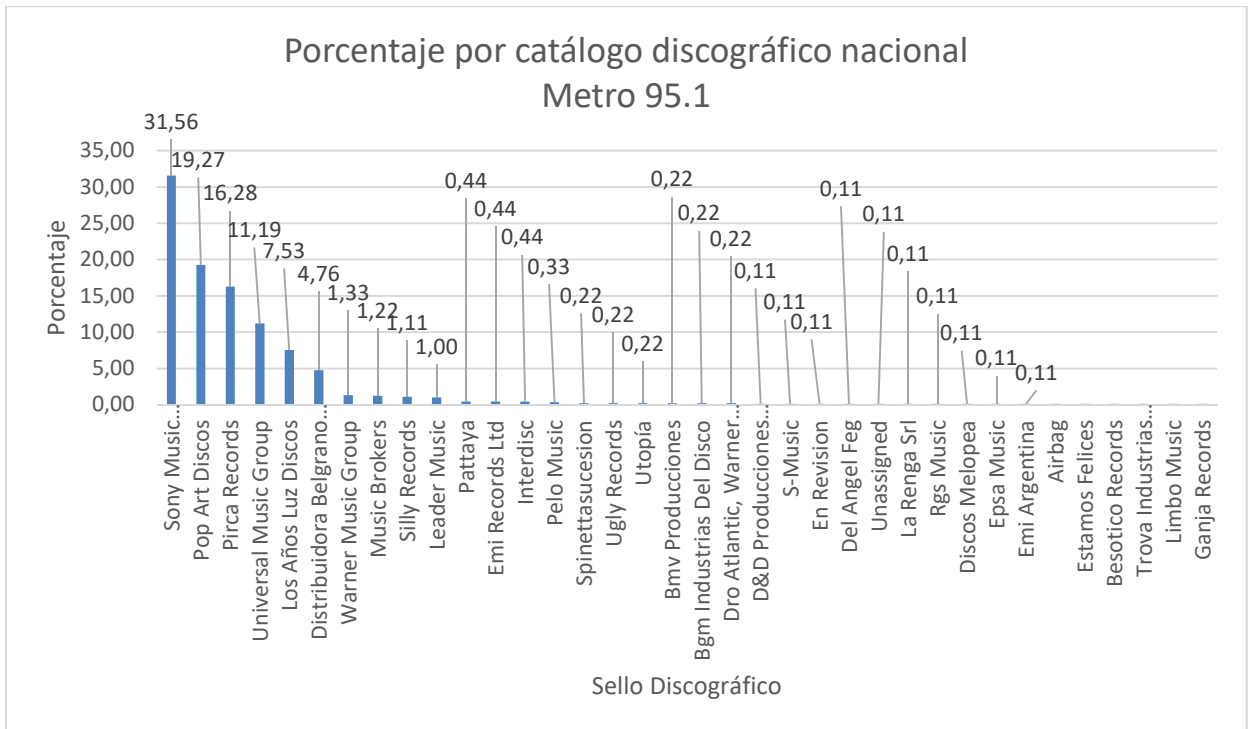
VALORACION: NO ALCANZADA

MUESTRA E



VALORACION: NO ALCANZADA

MUESTRA F



VALORACION: NO ALCANZADA

CONCLUSIONES DEL ANALISIS

RECORTE TEMPORAL 1: AÑO 2010

Es pertinente remarcar que si bien ya estaba vigente la Ley 26.522 de SCA en el 2010, las radios **no estaban obligadas aún a cumplir con las cuotas de contenidos** fijadas en el artículo 65, ya que no estaba indicado el mecanismo para hacerlo por la autoridad de aplicación de la Ley de por entonces, la AFSCA, la cual determinó por medio del artículo 1° de la resolución n°474/10 la entrada en vigencia de las cuotas de contenidos a partir de marzo de 2011. Este periodo de análisis fue seleccionado para realizar un estudio comparativo del impacto y la incidencia de la Ley, tal como indica el título del proyecto de investigación, en este caso en los contenidos de los servicios de radiodifusión sonora.

De las seis muestras seleccionadas, solamente dos emisoras de radio emitían para ese entonces, en 2010, el porcentaje mínimo requerido por la Ley de SCA. Mega (94,88%) y La 100 (39,8%), habrían alcanzado la meta, mientras que las cuatro restantes no hubieran llegado a cubrir la cuota de música nacional: Los 40 Principales (17,06%), Radio Disney (20,87%), Pop (23,84%) y Metro (1,03%).

Con respecto a la música independiente ninguna de las radios escogidas hubiera cumplido con los mínimos establecidos.

RECORTE TEMPORAL 2: SEGUNDO SEMESTRE AÑO 2015 (9/6 al 9/12)

En este periodo ya estaban en plena vigencia tanto las resoluciones n°474/10 y 1203/13 (por medio esta última se establecía que las radios deberían realizar una declaración jurada de la música emitida por medio de un aplicativo web), como así también los convenios-marco entre los distintos actores involucrados e interesados y dicha autoridad de aplicación: con la FA-MI (resolución n°1476/14) y con AADI (resolución n°806/15) con el fin de que estas asociaciones sin fines de lucro puedan acceder a la información de

la que disponía la AFSCA, como así también, habilitar la posibilidad de cruzar planillas de música e incluso que estas asociaciones puedan presentar reclamos de irregularidades y/o incumplimientos, siempre en beneficio de sus asociados. Además, la FA-MI presentó en marzo de 2015, el Banco de Música Independiente, con el objetivo de brindarle facilidades a las radios para disponer de música autogestionada. En síntesis: para este periodo ya se habían generado las condiciones (regulatorias, legales y técnicas) para poder cumplir con lo indicado por la Ley.

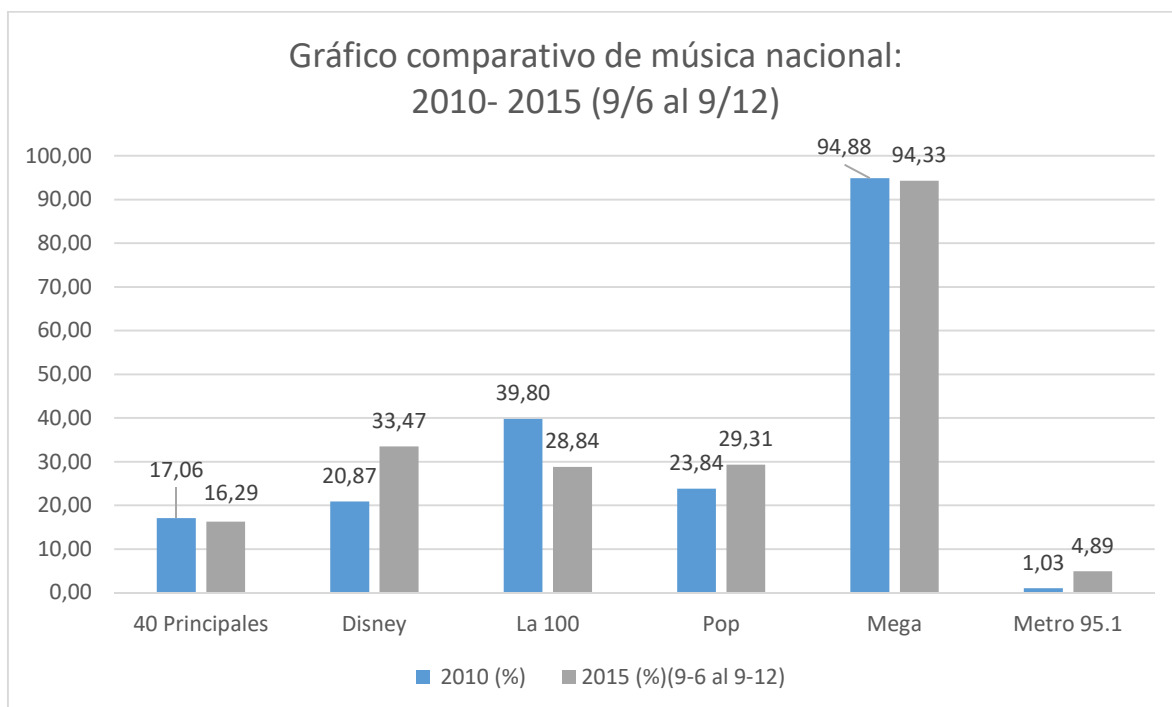
De las seis muestras analizadas, en el segundo semestre de 2015, apenas dos radios alcanzaron la meta de emisión de música de origen local: Mega (94,33%) y Radio Disney (33,47%). Las cuatro restantes no cumplieron con la cuota de música nacional: Los 40 Principales (16,29%), La 100 (28,84%), Pop (29,31%) y Metro (4,89%).

Con respecto a la cuota de música independiente ninguna de las emisoras alcanzó el objetivo que esta última sea integrada por al menos la mitad de música producida de manera independiente, tanto las que cumplieron como las que no cumplieron con la cuota de música nacional.

IMPACTO DE LA REGULACION EN LOS CONTENIDOS DE LAS RADIOS

Comparando los porcentajes de música nacional emitidos en el año 2010 con los del segundo semestre de 2015, dio como resultado que la misma cantidad de emisoras cumplió con la proporción requerida: dos en cada periodo. De todas formas, es interesante remarcar que **en el recorte temporal de 2015, se refleja un incremento de música argentina en casi todas las radios, con respecto a 2010**. Tal es así, que hubo dos emisoras que estuvieron apenas por debajo de cumplir con el objetivo: La 100 (28,84%) y Pop (29,31%). Por poco, podrían haber sido cuatro las emisoras en situación

adecuada con respecto a la Ley en 2015: Mega, Disney La 100 y Pop. Las primeras dos alcanzaron el objetivo y las últimas dos estuvieron muy cerca. Metro aumentó su proporción de 2010 (1%) a 2015 (4,89%), mientras que en Los 40 Principales la presencia de música nacional se mantuvo siempre lejos de la obligación (17% y 16,3%, respectivamente).



Con respecto a la participación de música independiente, ninguna radio cumplió con la cuota establecida por la Ley en ninguno de los periodos, y siempre muy lejos de poder alcanzar el objetivo. Esta es la problemática más compleja que presenta el artículo 65, ya que con la cuota de música independiente se ponen en juego muchos de los intereses económicos que tanto las majors internacionales como las locales tienen invertidos sobre las radios argentinas, sobretodo en tandas de publicidad y las tan conocidas *payolas*³. Es de presuponer que la hegemonía comercial, representada por las radios privadas y las compañías discográficas multinacionales, puede evadir la cuota de difusión de música

³ Término proveniente del inglés “pay to play”, es decir, “pagar para sonar”, en español.

nacional y nacional independiente, ya que las autoridades de aplicación no pueden intervenir en su programación, pero lo que no se podrá eludir será la declaración jurada con la incorporación de las cuotas marcadas por la Ley. Por ende, una cuota del mercado de regalías por derechos de propiedad intelectual estará indefectiblemente destinada a los músicos nacionales y nacionales independientes, anteriormente marginados, elevando su calidad de vida. Pero el objetivo principal del “espíritu de la ley” no es solo que los artistas autogestionados cobren por derechos de comunicación pública a través de AADI, sino esencialmente que la música nacional independiente sea difundida.