

CENECA

Número 64

LA RADIO EN CHILE



COMUNICACIONES

Ultimos documentos de trabajo

SERIE COMUNICACIONES

- Sistema de comunicación en Chile: proposiciones interpretativas y perspectivas democráticas (P. Gutierrez, G. Munizaga y A. Riquelme)
- Bases para una discusión de políticas comunicacionales en Chile (M. L. Hurtado)
- La radio en Chile (modelos, historia, perspectiva) (M. C. Lasagni, P. Edwards, J. Bonnefoy)
- El sistema de prensa en Chile (A. Navarro)
- Comunicación y democracia (G. Munizaga)
- Destinatarios y recepción de micro-medios de Iglesia (M. Quezada, G. Riveri, E. Goldstein)

SERIE ARTE Y SOCIEDAD

- Literatura, lenguaje y sociedad (1973-83) (R. Zurita)
- La novela chilena en la última década (M. A. Jofre)
- La industria editorial y el libro en Chile (B. Subercaseaux)
- La industria fonográfica chilena (V. Fuenzalida)
- La industria cinematográfica en Chile (M. L. Hurtado)
- Políticas culturales para la democracia (J. J. Brunner)
- El debate sobre políticas culturales y democracia (B. Subercaseaux)
- Dramaturgia chilena 1960-73 (M. L. Hurtado)

SERIE CULTURA POPULAR

- Métodos y técnicas de teatro popular (C. Ochsenius y J. L. Olivari)
- Administración comunal y expresividad local (J. A. Silva)
- Surgimiento y desarrollo de agrupaciones artísticas populares (C. Ochsenius)
- Sobre cultura popular (B. Subercaseaux)
- Agrupaciones culturales: una reflexión (P. Gutierrez)
- Encuentro de canto poblacional (A. Rivera y R. Torres)

Libros

- Teatro chileno de la crisis institucional (M. L. Hurtado, C. Ochsenius, H. Vidal)
- Teatro de Radrigan (con estudios de M. L. Hurtado, J. A. Piña, H. Vidal)
- Gracias a la vida. Testimonio V. Parra (B. Subercaseaux, P. Stambuk, J. Londoño)
- Televisión-Padres-Hijos (V. Fuenzalida)
- Modulo de Educación la TV (V. Fuenzalida, P. Edwards)
- TV y Recepción activa (V. Fuenzalida, P. Edwards)
- La investigación en comunicación social en Chile (G. Munizaga, A. Rivera)
- El video independiente en Chile (Y. Ulloa)
- Matando la inocencia (A. Dorfman)

Para una lista completa de publicaciones solicitar catálogo a CENECA, Santa Beatriz 106, Santiago de Chile fonc 43772.

CENECA (Centro de Indagación y Expresión Cultural y Artística) es una Corporación Privada sin fines de lucro que desde 1977 se dedica a la investigación y capacitación, contribuyendo así al conocimiento y desarrollo de la cultura y las comunicaciones en CHILE.

CENECA

LA RADIO EN CHILE

(HISTORIA, MODELOS, PERSPECTIVAS)

MARIA CRISTINA LASAGNI

PAULA EDWARDS

JOSIANE BONNEFOY



2 da. IMPRESION

SANTIAGO - 1987

Este trabajo forma parte del proyecto "Proceso Cultural y Democraacia", realizado gracias al apoyo de la FUNDACION FORD.

I N D I C E

	<u>Página</u>
INTRODUCCION	
¿Por qué la Radio?	1
<u>C A P I T U L O I</u>	
BREVE HISTORIA DE LA RADIO EN CHILE	5
1.1. Los Orígenes	5
1.2. La Década del 40 : Los Años del Desarrollo	10
1.3. Los Años 50 : Aparece la Grabadora "Portátil"	13
1.4. La Revolución del 60 : Hacia el Gran Público	14
1.4.1. El Periodismo Radial	19
1.4.2. El Impacto Televisivo	24
1.4.3. La Radio en FM	25
1.5. Los Años 70 : Diagnóstico de la Situación	26
1.6. 1970-1973: La Radio bajo la Unidad Popular	33
<u>C A P I T U L O II</u>	
LA SITUACION ACTUAL	39
2.1. Mapa del Sistema y sus Principales Características	39
2.2. La Legislación	48
2.2.1. Breve Reseña Histórica	48

2.2.2.	La Situación Actual	50
	a) Constitución Política de 1980	51
	b) Las Leyes	53
	c) La Ley sobre Abusos de Publicidad	55
	d) Decretos promulgados durante los recientes Estados de Excepción	58
2.3.	Propiedad y Financiamiento	61
2.3.1.	Breve Reseña Histórica	61
2.3.2.	La Situación Actual	63
2.4.	Los Modelos Radiales	69
2.4.1.	Breve Reseña Histórica	69
2.4.2.	La Situación Actual	72

C A P I T U L O III

	EJEMPLOS DE MODELOS RADIALES	83
3.1.	RADIO COOPERATIVA: Una Máquina Perfecta	85
3.1.1.	Propiedad	86
3.1.2.	Formato	86
	Una Radio Enteramente Grabada	88
3.1.3.	El Proyecto Político-Informativo	90
3.2.	RADIO PORTALES: La Primera por 20 Años, durante Tres Gobiernos	91
3.2.1.	Propiedad	91
3.2.2.	Formato	92
3.2.3.	El Proyecto Político-Informativo: Una Objetividad Protegida	94
3.3.	RADIO CHILENA	99
3.3.1.	Propiedad	99
3.3.2.	Formato	100
3.3.3.	El Proyecto Político-Informativo	104

3.4.	RADIO MINERIA: Libertad dentro del Orden	106
3.4.1.	Propiedad	106
3.4.2.	Formato	107
3.4.3.	El Proyecto Político-Informativo	108
3.5.	RADIO SANTIAGO	111
3.5.1.	Propiedad	111
3.5.2.	Formato	111
3.5.3.	El Proyecto Político-Informativo	113
3.6.	RADIO ESTRELLA DEL MAR DE CHILOE	115
3.6.1.	Propiedad	115
3.6.2.	Formato	116
3.6.3.	El Proyecto Político-Informativo: Hacia una Radio Comunitaria	119

C A P I T U L O I V

	LA PUBLICIDAD	125
4.1.	Algunos Datos	125
4.2.	¿Existe una Publicidad Específicamente Radial en Chile?	132
4.3.	Publicidad y Condicionamientos Políticos	134

C A P I T U L O V

	LIMITES Y POTENCIALIDADES PARA EL EJERCICIO DEMOCRATICO DEL MEDIO RADIAL	137
5.1.	Algunas Proposiciones	139
	a) A nivel de la legalidad	139
	b) A nivel de la propiedad y el financiamiento	141

c) A nivel de los modelos radiales	142
d) A nivel del acceso y el control social	145

BIBLIOGRAFIA	149
--------------	-----

ANEXOS	
--------	--

INTRODUCCION

¿Por qué la Radio?

La "hermana chica" de la televisión, en realidad, tan menor no es: son millones los receptores radiofónicos que a lo largo del país llenan el aire de música y palabras; se calcula que, en Chile, existen actualmente 17 millones de aparatos receptores (1). Tampoco faltan estaciones emisoras, sólo en Santiago transmiten 35 radios y en todo el país alcanzan a 310 emisoras AM y FM.

No obstante, la radio es generalmente considerada un medio "menor": menor para los profesionales de la comunicación, cuya gran meta es la televisión; menor para los avisadores de publicidad; y menor para los investigadores: frente a cerca de cuarenta investigaciones sobre televisión y prensa, realizadas en los últimos veinte años, sólo cinco se refieren directamente a la radio (2).

Sería suficiente pensar que la radio nos acompaña diariamente, hora tras hora, llegando a formar parte olvidada de los ruidos cotidianos, para darnos cuenta que tan menor no es, aunque no tenga el impacto glamoroso de la televisión. O justamente por eso.

(1) Estimación realizada en junio de 1985 por la Asociación de Radiodifusores de Chile (ARCHI).

(2) Munizaga, G. y Rivera, A., La Investigación en Comunicación Social en Chile. Centro de Estudios y Promoción del Desarrollo, y CENECA. Lima, 1983.

Probablemente el opacamiento de la radio, que produjo la televisión, se inscribe en un fenómeno cultural mucho más amplio, que considera que cada nuevo descubrimiento invalida lo precedente, en lugar de sumarse a eso.

Naturalmente no siempre es así. Para quedarnos en el ámbito comunicacional, la prensa no dejó de cumplir su función con el descubrimiento de la radio; el correo no fue eliminado por el teléfono.

Lo que sí pasa, es que cada nueva adquisición modifica profundamente el contexto en el cual se produce y los cambios se verifican principalmente a nivel del rol desempeñado por los elementos precedentes.

Es decir, se producen "ajustes" en los roles recíprocos; un llamado telefónico es otra cosa que una carta, y no la sustituye.

Estas reflexiones podrían llevarnos muy lejos ... A discutir, por ejemplo, el concepto de "progreso" (si existe el progreso, si hay un desarrollo en línea recta hacia una meta, o si, más bien lo que se verifica son olas y resacas ...).

Pero -volviendo a la comunicación- lo que nos interesa subrayar, a estas alturas, es que la radio no es un primer estadio -superado- de la televisión; no es una televisión carente de algo. Es, justamente, otra cosa. A partir de esta primera consideración podemos tratar de identificar las características específicas de este medio y sus potencialidades, que son mucho más amplias que lo que las prácticas vigentes pueden sugerirnos.

Basta con indicar la agilidad y velocidad de la comunicación radial; el relativo bajo costo de su producción; la posibilidad de multiplicar las emisoras, hasta el punto que el más aislado de los pueblos puede tener su voz; y recordar las prácticas de las radios Mineras de Boli -via, o de alguna radio libre europea para darnos cuenta de las grandes posibilidades expresivas de este medio.

Potencialidades que, sólo muy raramente se han visto realizadas: el panorama podría parecerse desconsolador. Sin embargo, pensamos que hoy la radio es un medio subvalorado y que los que trabajan e investigan en el sentido de una democratización de la comunicación no pueden descuidar un medio que, estructuralmente, puede favorecer la descentralización de la comunicación y la socialización no sólo del uso sino también de la producción de mensajes de comunicación; cosas que la prensa y la televisión entre otros, por sus altos costos productivos y distributivos, podrían lograr sólo con un esfuerzo mucho mayor.

Por estos motivos, en un momento histórico en que se está reflexionando sobre las direcciones de un cambio que tendrá que incluir también el campo comunicacional, hemos considerado necesario una reflexión sobre la radio y sus potencialidades en Chile.

Como dijo Bertold Brecht: "Los resultados de la radio son desconsoladores, pero las potencialidades son "infinitas": entonces, la radio es una buena cosa". (3)

Para interrogar al sistema radial chileno acerca de sus posibilidades de desarrollo hacia una democratización, es necesario, en primer lugar, definir las variables más determinantes sobre las que sería deseable intervenir para alcanzar tal objetivo.

Para ello, el trabajo comienza con una revisión de la evolución histórica de la radiotelefonía nacional, intentando identificar tanto aquellos rasgos democráticos como los antidemocráticos, y las categorías significativas del sistema.

(3) Brecht, B., "Theorie de la Radio", en Ecrites sur la Littérature et L'art. L' Azehe. París, 1976.

En una segunda parte, presentamos la situación actual de la radiodifusión, perfilando un mapa del sistema. Luego, distinguimos tres niveles fundamentales: legislación, propiedad y financiamiento, y modelos radiales. En cada uno de estos niveles resumimos los rasgos históricos más importantes, basados en lo expuesto en el capítulo anterior, y nos detenemos especialmente en los cambios producidos bajo el gobierno militar.

En tercer lugar, presentamos algunos de los principales modelos vigentes dentro del quehacer radial, tomando como ejemplos a cinco emisoras metropolitanas y una regional.

La cuarta parte aborda la publicidad radial, cuestionando la especificidad de ésta y examinando durante los últimos diez años, la evolución en términos cuantitativos que se observa en relación a la totalidad de los medios de comunicación.

Finalmente, retomamos la pregunta fundamental de esta investigación e intentamos señalar algunas pistas respecto de los límites y potencialidades para un ejercicio democrático del medio radial. Abordamos específicamente las categorías de legislación, propiedad y financiamiento, modelos radiales, y acceso y control social, poniendo especial énfasis en las potencialidades democráticas propias del medio radial.

C A P I T U L O I

BREVE HISTORIA DE LA RADIO EN CHILE

1.1. Los Orígenes

Fueron las notas de la conocida marcha It's a Long Way to Tipperary, las que marcaron el inicio de la radiofonía chilena.

Eran las 9:30 horas del Sábado 19 de agosto de 1922 y las 200 personas reunidas en el hall de "El Mercurio" no pudieron esconder el asombro; imaginaban que había una pianola escondida en algún lugar.

Esa fue la primera transmisión radiofónica chilena, a sólo dos años de la primera norteamericana, casi al mismo tiempo que la inaugural argentina, y cuando en toda Europa sólo había 7 emisoras (4).

Arturo Salazar, profesor de la Escuela de Ingeniería de la Universidad de Chile, y Enrique Sazié, ingeniero agrónomo, fueron los hombres que realizaron esta empresa.

(4) Esta primera transmisión, que tenía un alcance de unos 100 kms., también fue escuchada en las estaciones inalámbricas ubicadas en el Telégrafo del Estado, en La Moneda, en la Escuela de Artes y Oficios, y en el puerto de Valparaíso.

El programa de este "concierto" -como fue llamado- era el siguiente:

- a) Explicación preliminar
- b) Apertura "Tipperary" (en vitrola)
- c) Dúo de violines por los señores Enrique Cabré y Norberto García
- d) Un discurso político de actualidad por Rafael Maluenda: "El perro de Alcibiades y el perro de su Excelencia"
- e) Canto con acompañamiento de violín por la señorita María Ramírez Arellano, ex alumna sobresaliente del Conservatorio Nacional de Música
- f) Una sorpresa
- g) Canto por un joven aficionado, el nombre se avisará a viva voz
- h) Últimas noticias del día
- i) Canción de Yungav
- j) Buenas noches

Como se puede apreciar están ya presentes la mayoría de los elementos de las futuras programaciones radiales, así como los gérmenes del tipo de profesionalidad que operará en este medio.

Pero aún iba a tener que transcurrir un tiempo para que la radiofonía dejara de ser un fenómeno experimental: por un lado, faltaba una oferta consistente de aparatos receptores; por otro, ¿quién puede decidirse a comprar un receptor cuando no existe todavía una emisión regular?

La solución va a llegar de parte de la firma Erkázuriz Simpson, que, con capital Westinghouse, General Electric, Telefunken y Marconi compran Chile Radio Company, fundada por Enrique Sazié en octubre de 1922, y establecen Radio Chilena, iniciándose sus transmisiones el 26 de marzo de 1923.

En el edificio Aristía de la calle Nueva York, se instala la emisora y una sala de venta de aparatos de radio.

Se calcula que, a esta fecha, habían en Chile alrededor de 200 receptores o "rayos de teléfono en el hogar", como los llamaba la publicidad inicial (5).

En los años siguientes fueron apareciendo progresivamente otras radioemisoras, tales como: Radio El Mercurio; emisoras Cerro Alegre, Club, y Lord Cochrane, todas de Valparaíso; radio Wallace (dedicada a la venta de electrodomésticos); y las emisoras del Cuerpo de Carabineros y de la Escuela de Caballería de la Escuela Militar.

Al culminar la década del 20', en el país existen 15 emisoras privadas funcionando; en todo el mundo hay alrededor de 700.

Las modalidades de configuración que este incipiente sistema fue adquiriendo se acercaban más al modelo de radio norteamericano que al europeo;

(5) La población de Santiago era entonces de medio millón de habitantes, y el precio de un receptor fluctuaba entre los 200 y los 350 pesos, mientras un fundo de 200 cuadras se ofrecía a 639 pesos. ("La Radiofonía y su Importancia en el Desarrollo Nacional", de Carlos Willson Marín).

el Estado no se preocupa de establecer un monopolio -u oligopolio- de transmisiones, como ocurre en los países europeos, y como hará más tarde en el campo televisivo con la mediación de las universidades.

Sin embargo esto no significa que el Estado descuide el medio radial o desconozca su importancia (6). Por el contrario, en 1925, producto de una precoz preocupación legislativa, se nombra una comisión para establecer el sistema de concesiones de ondas, determinándose que será atribución del Presidente de la República otorgar el acceso a la emisión radial. Paralelamente se crea la Dirección de Servicios Eléctricos para el control de las normas técnicas (7).

Un poco más tarde un reglamento intervendrá en el contenido de la programación, introduciendo la obligatoriedad de transmitir mensajes oficiales, de suspender las transmisiones cuando el Estado así lo determine, y de someterse a la censura en caso de conmoción interior.

Se va delineando así el tipo de intervención que el Estado tendrá en el medio radial: control político del poder ejecutivo sobre el acceso al medio, y control del Estado sobre los contenidos y los rasgos tecnológicos.

-
- (6) En 1924 el Mensaje Presidencial del 21 de mayo es transmitido por radio desde el Congreso.
- (7) El primer Reglamento de Estaciones de Radiocomunicaciones fue aprobado por el Decreto Supremo N. 2018, el 25 de junio de 1925.

Como expresión de la valoración principalmente política que se le atribuye a la radio, el año 1927 la Dirección de Servicios Eléctricos pasa a depender del Ministerio del Interior.

No obstante, durante este período sólo habrá una tentativa de intervenir directamente en el sistema radial: la del Presidente Ibáñez que querrá implementar una cadena radial nacional el año 1931. El proyecto se desvanece junto con la caída del Gobierno.

En los años sucesivos las radioemisoras se multiplican a ritmo creciente: durante la década del 30 se otorgan concesiones a más de 70 nuevas emisoras, aunque no todas llegan a instalarse.

La primera cadena radial la fundó una compañía de seguros -La Chilena Consolidada- con emisoras en Santiago y Valparaíso. Por su parte, las primeras empresas propiamente de radiodifusión -Radios Hucke, Cooperativa Vitalicia y Agricultura- nacen el año 1935, paralelamente a la creación de la Asociación de Radiodifusores de Chile (ARCHI).

Al estallar la Segunda Guerra Mundial el control del Estado sobre las emisiones radiales se hace más intenso, pese a que la Ley de Seguridad de Interior del Estado, del año 1937, había ya producido una legislación muy restrictiva que afectaba la libertad de expresión en general. Será precisamente esta Ley la que en el futuro invocará el Estado para sancionar cualquier comunicación que considere "subvertidora del orden público".

1.2. La Década del 40' : Los Años del Desarrollo

En 1940 se dicta un decreto que obliga a las radios a destinar una hora diaria a las transmisiones oficiales o de carácter cultural que el Gobierno indique. Establece, además, que la Dirección General de Servicios Eléctricos emanará periódicamente normas generales relativas al desarrollo de los programas, así como instrucciones sobre la clase de transmisiones: a las que se deberá dar preferencia o aquéllas que no podrán ser incluidas.

En particular dictamina que el "20% de los programas deberán ser "en vivo", con un 70% de artistas chilenos" (8).

Un año más tarde queda establecido que la Dirección General de Investigaciones deberá instalar puestos de escuchas para controlar lo que se emite, mientras la Dirección General de Servicios Eléctricos podría modificar las transmisiones cuando lo estimara conveniente.

Por otra parte, se crea la Dirección General de Informaciones y Extensión Cultural (DGIEC), dependiente del Ministerio del Interior. Su función es centralizar los organismos gubernamentales relacionados con actividades informativas o culturales. Ejerce una tarea de control y elabora los programas que al Estado le interesa difundir.

(8) Luego será la Secretaría General de Gobierno la que fijará mensualmente la cuota de programaciones en vivo (que no podrá ser inferior al 30%).

De este modo se continúa perfilando con nitidez el rol del Estado: más de control sobre lo que espontáneamente se va desarrollando que de utilización social planificada y directa del medio radial.

Probablemente tiene que haber pesado en esta definición la fuerte influencia que estaba teniendo el modelo radiofónico norteamericano, que, justamente, concibe a la radio como un medio de entretenimiento, educación y servicio público en la acepción menos extensiva del término. Según este modelo, entonces, al Estado compete un rol regulador de la actividad antes que de planificador para definir su función social.

El espacio que va a dejar este tipo de intervención estatal será el que permita una evolución tan claramente comercial del sistema radial en Chile. Los impulsos de las agencias de publicidad hacia el medio no encontrarán ninguna fuerza que se les oponga.

Durante estos años las concesiones otorgadas alcanzan las 49 : es el período del gran desarrollo de la radiofonía que encuentra en la publicidad una importante fuente de recursos, desde que llega al país la agencia Mc Cann-Erickson en 1945.

Pese a que será ésta una relación conflictiva (las mismas agencias producen programas y pretenden utilizar la radio como puro trámite técnico) la disputa por captar los ingresos provenientes de la publicidad va a acelerar los procesos de profesionalización de los medios, que comienzan a definir las formas lingüísticas que seguirán siendo usadas años después.

Nacen así los noticieros (9), y el radioteatro elabora un lenguaje teatral específico para el medio radial (10). Asimismo, los programas musicales abarcan géneros de bastante amplitud: jazz, música clásica, música nacional y extranjera. (ver anexo N°1)

Esta programación, nó obstante, va a estar definida en atención a la audiencia de la radio en aquella época. Dado el alto costo de los aparatos receptores los estratos altos y medios seguirán todavía constituyendo su público principal. La radio de masas será un fenómeno bastante más tardío a pesar de la enorme atracción que

-
- (9) En 1941 por ejemplo, Radio Cooperativa inaugura el "Reporter Esso".
- (10) Se transmiten variados tipos de óperas, generalmente a las dos de la tarde; los elencos salen de gira a provincias con gran éxito. Momentos importantes del radioteatro son, primeramente, "La Guerra de los Tiempos". Más tarde se agregan obras satírico-políticas como "La Familia Chilena" y "Topaze en el Aire". "Adios al Séptimo de Línea" fue primeramente una serie radial que más tarde se editó como novela histórica; Jorge Inostroza fue también el creador del "Gran Teatro de la Historia" famoso durante la década de los 50.

La importancia de las radionovelas románticas ha sido bien abordada por el escritor Mario Vargas Llosa, en su novela "La Tía Julia y el Escribidor". (Ver Fuenzalida, Valerio, Estudios sobre la Televisión Chilena. 2da. edición, CPU, 1984)

los espectáculos radiales ejercen (11).

1.3. Los Años 50' : Aparece la Grabadora "Portátil"

La aparición de las grabadoras consideradas "portátiles" -a pesar de sus 25 kilos- son la revolución de la década siguiente: disminuye la programación en vivo; la publicidad se elabora en estudios; se establecen departamentos de prensa muy similares a los de hoy, con periodistas especializados por áreas y géneros.

Surge el Correo de Minería; se crea la Agencia Orbe; Radio Prat, da noticias cada 15 minutos ... Se comienza a reconocer a la información, -que había surgido en una posición más bien secundaria- su centralidad en la programación, así como en la identidad del medio radial.

En los años que van del 50' al 60' se otorgan 57 concesiones. En 1958 se realizan los primeros foros políticos con participación de candidatos a la presidencia de la República: se enfrentan Luis Bossay, Eduardo Frei y Salvador Allende.

(11) "Doble o Nada" de Radio Cooperativa que se transmite por más de 20 años a partir de 1940- debe mudarse al teatro Continental después de sólo un mes porque los estudios no eran capaces de contener a la multitud de personas que asistía.

En 1959, el D. F. L. N. 4, fija el texto definitivo de la Ley General de Servicios Eléctricos, que con algunas modificaciones posteriores, normó sobre la radiodifusión chilena hasta la publicación de la Ley General de Telecomunicaciones, en 1982.

1.4. La Revolución del 60' : Hacia el Gran Público

Al abrirse la década del 60' nos encontramos con que un gran número de radios cubren la casi totalidad del territorio, con la excepción de Chiloé, Arauco y Aysén.

Esta red está constituida principalmente por emisoras ubicadas en zonas cabeceras de provincias, zonas de concentración urbana, localidades mineras y puertos. La mayoría de estas radios pertenecen a propietarios individuales que las fundaron y se mantuvieron trabajando en ellas. Por lo mismo, la organización del trabajo es bastante artesanal, y, en algunos casos, familiar.

Sin embargo, ya existen algunas redes radiales, como la perteneciente a la Sociedad Chilena Radiodifusora (propietaria de Radio Minería, fundada en 1939), que, en conjunto, llegará a manejar en 1961 nueve emisoras. Los capitales de esta sociedad provienen principalmente de sectores mineros.

La Compañía Chilena de Comunicaciones, fundada en 1939, gestiona también nueve radios y pertenece a sectores económicos financieros e industriales.

Además de estas articulaciones de emisoras, existen otras grandes sociedades radiales que todavía no se organizan como redes:

- La Sociedad Nacional de Agricultura: perteneciente al organismo que agrupa a los empresarios agrícolas.
- Radioemisoras Unidas (1961).
- Radioemisoras Diego Portales (1959), que maneja dos radios.

El resto del universo radial está constituido por las radios más pequeñas que conforman una esfera fragmentaria del sistema.

En relación a ellas, generalmente las grandes cadenas y sociedades disponen de mayores capitales y una mejor potencia tecnológica, lo que les permite desarrollar un nivel de producción y profesionalismo más alto.

Y lo anterior es sólo uno de los factores que explica la enorme influencia que estas redes y sociedades tienen sobre el público. Si al número de emisoras que poseen -dato ya de por sí significativo- agregamos el hecho que las emisoras más pequeñas, con menor capacidad de producción, muchas veces se "cuelgan" a las transmisiones de las primeras, resulta evidente el efecto de multiplicación que eso produce.

Además, sus propietarios habitualmente son grupos de poder vinculados a influyentes esferas de la vida social (minería, agricultura, empresa privada, política), lo que, de hecho, se traduce en una extensión y profundización de la influencia de estas radios en el panorama nacional.

Para concluir con el espectro del sistema radial en la década del 60', habría que señalar que durante estos años las universidades comienzan a fundar sus propias radios, las cuales son concedidas como instrumentos para la extensión de su influencia en la sociedad.

Por lo mismo, se plantean como objetivos difundir los valores de la cultura universitaria y nacional, lo que, naturalmente, se expresa en una programación que se asemeja poco a la de las grandes radios comerciales.

También se distinguen de las medianas y pequeñas que se dirigen a públicos más populares, por el solo hecho de ser parte de instituciones culturales.

Pero, sea cual sea la inserción de las distintas emisoras en el sistema, la década del 60' será fundamental para su desarrollo.

Durante estos años, al menos tres factores contribuirán a cambiar sustancialmente el panorama:

- a) el lanzamiento al mercado de receptores transistorizados, lo que convierte a la radio en un medio de masas;
- b) la aparición de la televisión; y
- c) el comienzo de las transmisiones en frecuencia modulada.

Los receptores a transistor -la radio pequeña, portátil- acompaña las actividades a lo largo del día, cambiando así los hábitos de audiencia grupal (generalmente familiar) que los receptores de gran tamaño, casi estáticos, habían generado.

Además, su costo baja notablemente y la radio se difunde más y más tanto en los estratos populares como en los juveniles.

En estos últimos también influye la fuerte atracción que la nueva música rock -de importación anglosajona- así como la "nueva ola" nacional estaban ejerciendo (12).

Durante estos años aparece el discjockey, que utiliza un estilo y un lenguaje de origen norteamericano, con gran éxito entre los adolescentes (13).

Para este período, que ha sido denominado "de incorporación progresiva de sectores sociales a la esfera de decisión de la sociedad", bien vale lo que han dicho Gutiérrez y Munizaga:

"El proyecto modernizador impulsado por la DC comparte con el antiguo Frente Popular los objetivos de democratización y modernización capitalista. En la relación de necesidad que se establece en estos parámetros, tanto la educación como la comunicación adquieren un papel fundamental: campesinos y marginales habrán de incorporarse al mercado nacional y a un modelo cultural

(12) Canciones en castellano interpretadas por Pat Henry, Danny Chilean, Peter Rock, The Carr Twins (que pese a los nombres, son artistas chilenos) son las más transmitidas por la radio, que estimula fuertemente la producción musical nacional.

(13) La influencia de este "estilo" se mantendrá vigente hasta los actuales días: las raíces de lo que hoy vemos como modalidad de locución están en esta década del 60 .

acorde. La expansión mercantil exige un "cambio de mentalidades" ... La educación popular será la forma mas visible del nuevo modelo de masificación. Pero junto a ella y tal vez con una presencia mucho mayor, estarán los medios de comunicación en la forma del ya popular receptor de rádio". (14)

Ante esta exigencia de integración social que el proyecto político vigente impone, la radio, no obstante, no se plantea como objetivo la ampliación de las posibilidades de expresión de los sujetos sociales pese a que las grabadoras ahora realmente portátiles sí se los permitiría . En cambio, la introducción de las encuestas de sintonía refuerzan el peso de los criterios económicos en la determinación de la programación.

En otras palabras, a los sectores rurales y urbanos que se intenta integrar no se les reconoce como fuentes legítimas de información acerca de sí mismos y de su propia experiencia. Para ellos se transmiten programas de acuerdo a lo que se supone que son sus gustos, pero sus voces y exigencias rara vez se dejan oír ... y, cuando aparecen, siempre es a través de un discurso políticamente mediado:

En síntesis, "en estos años se socializa la recepción del mensaje radial sin que ocurra lo mismo con las modalidades de producción". (15)

 (14) Gutiérrez, P. y Munizaga, G. Radio y Cultura Popular de Masas. Documento de Trabajo N. 34 CENECA, 1983. Página 19.

(15) Gutiérrez, P. y Munizaga, G. Op. cit.

Sin embargo, la radio adquiere un papel político y cultural muy importante: los grupos políticos pueden acercarse y hablar -detrás de los micrófonos- con campesinos, pobladores, subproletarios urbanos cuya integración masiva, como dijimos, es clave para el plan modernizante.

Consecuentemente, las emisoras aumentan a ritmo acelerado los espacios periodísticos, y en general, los dedicados a la política. Mientras, la programación no informativa se va uniformando en modelos bien delineados: "música selecta" y locución "seria" para los sectores altos; música de éxito comercial, concursos, charlas familiares para los estratos populares.

1.4.1. El Periodismo Radial

Desde los años del máximo nivel, a la embriaguez de la política, ya desde las primeras emisiones las radios transmiten noticias e informaciones; es decir, el género periodístico se incorpora a la radio desde su comienzo. Esto, sin embargo, no es sinónimo del nacimiento del periodismo propiamente radial: más bien, se trata de dar lectura a las noticias que preparan los periodistas, sin que la especificidad del medio determine la creación de un lenguaje particular (16).

(16) Caso aparte son las "tertulias", modelo que está en los orígenes de la radio, y que responde a una concepción política republicana de la discusión, la argumentación y la contraargumentación. Algunos de estos programas lle
..... Cont.

Existe también otro tipo de programa, de formato muy distinto, que trata de insertar la actualidad noticiosa en un género radio-teatral muy en boga en este período.

Algunos de estos programas tienen su origen en los años 40 : por ejemplo "La Familia Chilena" y "Hogar Dulce Hogar".

El programa finge la escena de una típica familia chilena que conversa acerca de distintos temas de actualidad; algunos episodios cómicos hacen más agradable la transmisión. Pero no se trata de un espacio de humor o de ficción. El objetivo es recuperar la actualidad y lo cotidiano y transformarlo en género radial, en radioteatro, aprovechando al máximo los recursos del medio, (frente a las posibilidades de la prensa o del cine).

A fines de los años 40, un programa periodístico de Radio Cooperativa Vitalicia logra utilizar la fuerza expresiva propia de la radio. Sale al aire el programa "La Marcha del Tiempo", en donde el periodista usa un tono de locutor de noticiario de cine, muy espectacular, y utiliza todos los recursos sonoros que los discos de sonidos pueden ofrecer: disparos, ruidos de la calle, rumores ... Es un intento de dar "espesor"

-
- (16) ... Cont. ... garon a tener una gran relevancia. La Sony había sacado unas grabadoras portátiles a cuerda, con una duración de 8 minutos cada cuerda, y una autonomía de pilas de días y días. En 1961 aparece la UHER alemana, que aporta nuevas posibilidades tecnológicas.

radial al género periodístico. El efecto es de gran espectacularidad, este programa es un puente con el periodismo anterior -lectura de noticias o mesa redonda de comentarios- y con las posibilidades que la futura utilización de la grabadora desarrollará.

Al comienzo de los años 50, con los discos de ruidos, ya es posible sustituir el ruido del lugar de los hechos; las primeras grabadoras portátiles son todavía muy grandes, pero permiten desarrollar el formato de reportajes.

- "Radio Crónicas", en Cooperativa Vitalicia, es un programa semanal que registra experiencias de la actualidad chilena; hubo documentales en un submarino, en fábricas, en pueblos aislados ... Naturalmente, por las características que tenían las grabadoras, todavía no es posible pensar en un programa de prensa cotidiano, con reportajes exteriores. Hasta entonces los noticieros de prensa siguen consistiendo en la lectura de las noticias y de los reportajes.
- Lo que hace Radio Minería en el año '59; y
- Radio Portales un año después, es crear programas de prensa con una dinámica periodística distinta. Se crean departamentos de prensa con un cuerpo de periodistas y comentaristas de gran nivel, se comienzan a usar las grabadoras portátiles, y a utilizar el teléfono para hacer crónicas desde todo el mundo.

La competencia entre las dos radios impulsa la renovación y el desarrollo tecnológico: desde este momento, la disputa en este campo tendrá un efecto directo en la activación de un modelo de periodismo radial hasta entonces desconocido.

el periodismo radial alcanza categorías propias de expresión, en lugar de ser el soporte leído de la prensa escrita, y los años 60, en particular los primeros 5 años, pueden ser reconocidos como el lapso de mayor espectacularidad del periodismo radial, frente a una televisión todavía experimental.

Son los años de los equipos móviles, que transmiten en vivo desde el exterior; un periodismo más audaz sale a buscar hechos espectaculares, y los corresponsales transmiten por teléfono desde los Estados Unidos el asesinato de Kennedy, desde Brasil, la caída de Goulart, desde Italia la muerte de Juan XXIII, la elección de Paulo VI, su viaje a Jerusalén ... (17)

En este período, la espectacularidad del quehacer radiofónico es muy propio de Chile, en relación a las prácticas de los otros países de América Latina. Los gastos son muy altos; pero ello es parte de la lógica de producción radial, vigente en el momento y que más tarde, será imposible de ser sustentada.

En este escenario de la información, ¿cómo se inscribe el mundo de quien no es "vedette" política, deportiva, o del espectáculo? ¿Cómo el

(17) Se trata de una práctica inusual en el país porque los diarios excepcionalmente contaban con enviados en el exterior, y la televisión estaba recién gestándose. La única experiencia previa es de los periodistas deportivos, que habían transmitido desde las Olimpiadas o desde el Mundial de Fútbol.

mundo popular? Generalmente, los sujetos populares aparecen en el marco de sus dimensiones más dramáticas: en la crónica amarilla, en los reportajes sobre delitos y dramas pasionales, o en torno a historias patéticas y trágicas. De cualquier modo, aparecen generalmente como individuos en medio de algún hecho clamoroso.

En estas ocasiones, las radios pueden transmitir voces y lenguajes de estos sectores, pero siempre inscritos en un marco extracotidiano.

Sin embargo, tratan de recuperar dimensiones menos trágicas. En el programa "Un Reportero y su Grabadora", de Radio Minería, se relatan historias de vida y perfiles nacionales inscritos en distintos estratos de la realidad chilena: colonos de la provincia de Aysén, pescadores, mineros del norte, trabajadores de la ciudad que cuentan sus vidas.

Vale la pena remarcar, no obstante, que generalmente se trata de historias personales, que no logran encontrar su explicación en un contexto socio-político. Por otra parte, hay que señalar que, de hecho, la distribución de la propiedad de las emisoras es tal, que existe sólo un grupo vinculado a la izquierda: la Empresa Radiofónica de la Patagonia, que es dueña de la Radio Voz del Sur de Punta Arenas y de otra emisora en la misma ciudad, y que, más tarde, comprara Radio Magallanes en Santiago.

Este período de gran éxito del periodismo radiofónico comienza a declinar con la consolidación de la televisión, que obligará a las radios a redefinir una identidad y un papel, ante un medio que presenta grandes y atractivas posibilidades.

-1.4.2. El Impacto Televisivo

Las primeras transmisiones televisivas en Chile -experimentales- se produjeron el año 59. Pero será sólo alrededor de la segunda mitad de la década del 60' que la ampliación del espacio de la televisión en la sociedad comenzará a afectar al propio modelo radial.

Hasta esta época -como vimos- la programación de las emisoras más destacadas consistía en una cuota de programas envasados y en una proporción importante de programación "en vivo".

Los programas en vivo -grandes radioteatros, música ejecutada por conjuntos, artistas actuando en directo- requerían además del costo de producción del espacio, una gran inversión de parte de las emisoras. Sobre todo por la necesidad de estudios y auditorium capaces de reunir al numeroso público de estos espectáculos.

Con el creciente éxito de la televisión, los avisadores publicitarios comienzan a desviar el grueso de su presupuesto hacia el nuevo medio. La televisión concentra las inversiones publicitarias de la mayoría de las empresas medianas y grandes, y la radio se ve obligada a disminuir sus gastos.

Los primeros en desaparecer son los programas más costosos y que requerían de una organización productiva compleja: las audiciones en estudios, radioteatros y espectáculos, que, además, estaban sufriendo fuertemente la competencia del medio televisivo.

En muchas emisoras desaparecen también los departamentos de prensa. De ahora en adelante la ún

ca música transmitida será aquella que haya logrado acceder a la grabación industrial y a la circulación comercial. Este hecho permitirá la difusión y éxito creciente de las emisoras que funcionan según el modelo de "Radio tocadiscos".

Es justamente en este contexto que nace la radio en modulación de frecuencia.

1.4.3. La Radio en FM

"Radio Conquistador" (18) inició sus transmisiones el 1 de marzo de 1962, adoptando un modelo que será el de todas las futuras emisoras en FM: óptima calidad técnica y una programación que consiste exclusivamente en música selecta, idado que nacen dirigidas expresamente a los sectores altos.

Por lo mismo, las emisoras en AM apuntan cada vez más hacia los sectores populares: la animación se vuelve coloquial, se acortan las distancias de lenguaje entre el medio y los supuestos

(18) Un primer experimento se efectuó el 8 de octubre de 1948: Radio La Reina realizó su primera transmisión con un equipo de 23 watts. La experiencia no obstante, pasa inadvertida dada la escasez de receptores aptos para recibir ese tipo de onda. Poco tiempo después la emisora desaparece del día

auditores, el locutor intenta recrear un clima "familiar" para conversar con el público.

Es en esta situación que se introducen los programas de "servicio público": anuncios de compra-venta, de trabajo, dadores de sangre (19) ... la radio trata de presentarse como una "voz amiga", contraponiéndose a la fría radio en FM y a la lejana televisión.

1.5. Los Años 70 : Diagnóstico de la Situación

La situación de la radiofonía al comenzar la década de los 70', nos es recordada por un estudio realizado en la Escuela de Artes de la Comunicación de la Universidad Católica, probablemente el primero sistemático sobre el tema (20).

- (19) Munizaga, G. y De la Maza, G. El Espacio Radial no Oficialista en Chile: 1973 - 1977. Documento N. 12, CENECA, 1978.
- (20) Alcalay, Rina. "El Medio Radial: Su Especificidad y un Diagnóstico de su Quehacer en Chile". Revista EAC, N. 3, 1973.

Pese a que este diagnóstico no puede ser considerado exhaustivo -de los 143 cuestionarios sólo 38 fueron contestados- el hecho de que al menos una emisora de cada provincia haya enviado su respuesta (21), lo convierte en una información válida para entregarnos elementos de conocimiento.

La investigación se proponía, entre otros objetivos, obtener información acerca de:

- a) Fuentes de financiamiento;
- b) producción de programas;
- c) auspicio de las radios;
- d) programas de mayor y menor audiencia;
- e) programas más representativos de los valores de las radioemisoras;
- f) formación de los profesionales.

En lo que se refiere a las fuentes de financiamiento, el 80% de las radioemisoras declaró tener auspicio privado.

En cambio, sólo un 18% definió su financiamiento como estatal, coincidiendo esta cifra con las respuestas de las emisoras universitarias.

Los investigadores reflexionan en torno al alto número de emisoras que existen en el país (22).

(21): Excepto Chiloé, Tarapacá y Aysén.

(22) 140 emisoras para 9 millones de chilenos.

en relación al número de habitantes, considerándolo lo "una expresión de irracionalidad en la distribución de los recursos". Individualizan en esto una de las causas de la baja calidad de la radiofonía chilena: "se debe, en parte, a que las radios en Chile son concebidas como empresa comercial y no como una empresa artístico-cultural".

En el estudio también es considerada relevante la formación profesional. La mayoría de los trabajadores radiales proviene del comercio, del empleo público o privado, y sólo un porcentaje minoritario tiene una formación de alguna manera relacionada con el mundo de la comunicación.

Respecto de la pregunta sobre por qué y cómo habían llegado a trabajar en radio, de las personas que contestaron el cuestionario (la mayoría cargos dirigentes), el 72% de los de provincia y el 42% de los de Santiago, expresaron que había sido por "vocación personal" (23).

De hecho, nadie reconoce haber cursado estudios relacionados directamente con la radio. Sólo algunos periodistas tienen formación específica (4,25% de provincias; 9,5% de Santiago).

Ni el locutor, ni el jefe de programación responde a otra escuela que no sea la práctica.

(23) Sobre el concepto de "vocación" se podría discutir ampliamente. Aquí cabe señalar que ésta es siempre una definición "a posteriori", que, en la mayoría de los casos, elude determinaciones de tipo económico, político, familiares, etc.

La encuesta profundiza la indagación acerca del profesionalismo, entrevistando a los locutores más populares. Casi todos han realizado estudios secundarios, muchas veces sin llegar a concluirlos. El conjunto de los locutores entrevistados atribuye su popularidad a condiciones consideradas innatas. Los rasgos que señalan como fundamentales para su éxito son: "simpatía, buena voz, carisma, llegada al auditorio, espontaneidad, lenguaje claro, juventud" (24).

En relación a los programas que más expresan los valores de cada emisora, el 40% de ellas señaló aquellos de "servicio social" (ubicar a alguien, conseguir remedios, trabajo, etc.), mientras que el 39% indicó los programas periodísticos.

A la vez, gran parte de las emisoras expresaron que suponían que los programas que concitaban la mayor audiencia eran los musicales (25).

-
- (24) Como se puede ver, entre las características consideradas necesarias para ser un profesional de éxito, están ausentes la preparación, la inteligencia, y el conocimiento de la realidad social. Creemos que el hecho de atribuir a condiciones únicamente "innatas" las características necesarias para un buen nivel de profesionalismo, puede revelar una concepción del medio radial que no valora suficientemente la relación con el exterior, la capacidad de recoger los estímulos y las problemáticas de la sociedad. Es decir, un profesionalismo que se preocupa más de "inventar" que de "descubrir y activar".
- (25) Las radios de provincias consideran más "vendedora" la música mexicana, mientras las de la capital se inclinan por una más variada.

Lo anterior nos lleva a reflexionar cómo los programas musicales y de entretención no son considerados representativos de las opciones de la emisora al mismo nivel que lo son los de servicio y los periodísticos.

Los investigadores concluyen con una evaluación bastante categórica acerca del medio. Textualmente afirman que: "Se ha constatado una falta de profesionalismo radial, medio que se ha mantenido en un nivel artesanal con una base en la afición y en la concepción empresarial más que en un nivel profesional con preparación científica y sistemática" (26).

Todo esto reforzado por un sistema de concesiones fundado "más en la solvencia económica que en la capacidad profesional, es decir, ha primado lo empresarial como eje central del funcionamiento del medio".

Sin embargo, frente a esta visión tan crítica, es necesario recordar algunas importantes excepciones.

Además, en el campo legislativo se registran algunas intervenciones que muestran preocupación por ampliar el acceso al medio radial.

No obstante la Ley vigente sigue siendo la del 59 , a partir de 1965 fueron introducidas importantes modificaciones, principalmente normas re

(26) Op. cit., página 54.

lacionadas con la propaganda electoral (27). La tendencia es a garantizar el acceso a todos los partidos políticos. Para ello se fijan horarios obligatorios durante las elecciones, asignándosele a cada partido una cuota de espacio radial proporcional a su representación política. Esta es la primera manifestación de "pluralismo político" en la legislación radial.

Se observa además, una preocupación por los monopolios radiales. En 1962, se limita el número de concesiones de una misma clase (onda larga u onda corta) y ubicación zonal (28).

Otras disposiciones de la época moderan las restricciones vigentes en la Ley sobre Abusos de Publicidad (29), y, por primera vez, es visible una preocupación por la situación laboral de los trabajadores radiales.

-
- (27) "Reglamento sobre Propaganda Electoral por las Radiodifusoras". Publicado en el Diario Oficial del 5 de febrero de 1965.
- (28) Decreto N. 2.210 del Ministerio del Interior, publicado en el Diario Oficial del 21 de diciembre de 1962. La ubicación zonal se refiere a la división territorial de las frecuencias, que limitaba el número de emisoras permitidas en cada zona.
- (29) La Ley N. 15.476 (Diario Oficial: 23 de enero de 1964) modifica el D. L. N. 425 de 1925 sobre Abusos de Publicidad. El texto definitivo de la Ley sobre Abusos de Publicidad es fijado por la Ley N. 16.643, publicada en el Diario Oficial del 4 de septiembre de 1967.

Con ocasión de las elecciones presidenciales de 1970, se dicta el Estatuto de Garantías Constitucionales, que, en lo referente a la libertad de expresión, afirma el libre acceso de los partidos políticos a los medios de comunicación, y, en general, la libertad de opinión.

Además garantiza la circulación, emisión y/o transmisión por cualquier medio, de escritos, impresos y noticias que no ofendan la moral. La libertad personal y de imprenta, y el derecho a reunión podrán ser suspendidos o restringidos sólo en casos excepcionales con una Ley específica por necesidad de defensa del Estado y por períodos no superiores a los seis meses.

Esta nueva normativa que, sin duda contiene rasgos democratizadores (30), debe, no obstante, ser leída en el contexto de la nueva situación política producida en el país con el triunfo electoral del candidato de la izquierda, Salvador Allende.

La Democracia Cristiana, ahora en la oposición, se siente amenazada por el programa de cambios estructurales de la Unidad Popular. El Estatuto de Garantías Constitucionales -dictado entre el día del triunfo de Allende (4 de septiembre de 1970) y la asunción del nuevo gobierno (4 de noviembre de 1970)- es la expresión formal de las condiciones que la DC pone para entregar su apoyo a la izquierda en el Parlamento, requisito necesario para constituir el gobierno de la Unidad Popular.

(30) En cuanto garantiza la libertad de expresión y de opinión ampliamente.

En lo referente al campo de las comunicaciones, este Estatuto confirma, por un lado, el régimen de propiedad de los medios de comunicación existentes (frente al temor de una posible estatización), y acota las atribuciones del ejecutivo en esta área, por otro.

1.6. 1970 - 1973.: La Radio bajo la Unidad Popular

Es en la lucha electoral de 1970 que el ámbito comunicacional empieza a delinear los rasgos que irán confirmándose en los años de la UP: la centralidad de la política en el discurso comunicacional, y su polarización.

En este período, por primera vez la Ley electoral establece el acceso proporcional de todos los partidos políticos a la prensa, la televisión y la radio. Sobre todo este último medio llega a ser la tribuna de un clima político que se va haciendo más y más álgido.

Con el triunfo del Presidente Allende, un marxista alcanza el gobierno por vía electoral en el mundo occidental; constituyendo un hecho inédito.

Las intenciones de cambio profundo en la esfera económica y social son declaradas; un programa que contenía la nacionalización del cobre, el incremento de la reforma agraria, la creación de tres áreas de economía -privada, mixta, social, con la incorporación de los mayores monopolios del país- fueron dadas a conocer ampliamente al electorado antes de ser efectivamente impulsadas.

Se trataba, en suma, de modificar en profundidad la estructura económica y social del país; los intereses y privilegios tradicionales.

Los medios de comunicación comienzan a dividirse claramente entre los que se oponen al nuevo go - bierno, y los que lo apoyan.

En el campo radial, por primera vez, sectores y partidos de la izquierda adquieren la propiedad de algunos medios. Se trata principalmente de Radio Portales -también en estos años en los primeros lugares de la sintonía- que, en 1971, es comprada por personas vinculadas directamente con el Presidente Allende; Radio Corporación, de la cual el PS pasó a administrar la concesión; Radio Magallanes, del PC; Radio Nacional, del - MIR; Radio Candelaria, controlada por el MAPU; Radio Luis Emilio Recabarren, de propiedad de la Central Unica de Trabajadores. Además, el go - bierno tenía influencia en las dos radios univer - sitarias, la UTE y la IEM (31).

Pero más que la cuenta numérica de los medios de apoyo al gobierno, nos parece interesante obser - var cómo fueron utilizados estos medios.

En abril de 1971 se realiza una Asamblea Nacio - nal de Periodistas de izquierda, y aunque la dis - cusión es casi exclusivamente sobre pre. sa, ella es útil para entender el clima del debate comuni - cacional. Frente al deseo y a la esperanza co--

(31) Hay que señalar que sólo las primeras tres emiso - ras tenían una audiencia extensa, mientras las - demás lograban una sintonía bastante escasa y fragmentada.

mún -construir el socialismo- existen fuertes diferencias en torno a la estrategia frente a la prensa de izquierda (32).

Quedan manifiestas las contradicciones de una prensa que postula la construcción de un orden nuevo, pero que mientras tanto actúa dentro de un cuadro tradicional: exigencias de ventas, de circulación, concepto comercial de noticia, etc.

Hay que dar una lucha frontal, agresiva y de denuncia, o manejarse con tacto, sin asustar, para ir ganando más adherentes al gobierno también entre los sectores hasta entonces inciertos? Estas preguntas nunca tuvieron una respuesta definitiva. Tampoco los medios de izquierda llegaron a tener una política comunicacional unitaria. Cada medio se vincula con la ideología de sus propietarios de una manera tan cerrada, que refleja directamente en la práctica comunicacional las opciones políticas del partido que lo guía. Así, coexisten discursos muy integristas con prácticas comunicacionales que tratan de no "asustar" a la audiencia, con el objetivo de extender la base del consenso al gobierno por medio de un discurso pacato y reasegurador.

En esta línea por ejemplo, la radio con más audiencia, Radio Portales -ahora de propiedad del gobierno- mantiene intacta la estructura de programación, los noticieros y los programas de entretenimiento; son las mismas voces de siempre las que hablan; es la misma línea musical. Lo que sí cambia son los contenidos, y los comentarios -

(32) En las elecciones de 1972, cinco periodistas son elegidos en cargos parlamentarios.

tas políticos, que van asumiendo una importancia creciente (33), en todo el panorama radial.

Mucho más definida es, por el contrario, la práctica comunicacional de los medios de oposición al gobierno, cuya transformación va acentuándose más y más (34).

En particular se puede decir que la mayoría de los medios opositores dejan de lado los tradicionales planteamientos de imparcialidad y objetividad, para situarse decididamente como instrumentos de lucha ideológica. Para este fin, se enfatiza todo lo que puede ser vivido como caos, violencia, miedo de la nueva situación, mientras se refuerzan los tradicionales valores institucionales que habían entrado en crisis.

En cambio, una de las preocupaciones del gobierno en este campo es respetar la Ley vigente y el Estatuto de Garantías Constitucionales.

Posteriormente hay quienes han evaluado esta conducta del Ejecutivo como una de las debilidades importantes del Régimen, sin considerar suficientemente la opción política democrática que había tras ello.

(33) Reyes Matta, F. "Masa Media. Polarización y Cambio Social: Chile durante el Gobierno de Allende" (Versión ajustada). ILET, 1984.

(34) Radio Agricultura.

Paradojalmente, el próximo Gobierno autoritario explicitará como una de sus legitimidades restituir la legalidad supuestamente quebrantada en este campo.

C A P I T U L O

LA SITUACION ACTUAL

2.1. Mapa del Sistema y sus Principales Características

Actualmente en Chile existen 310 concesiones de radio: 152 en AM y 158 en FM (35).

Desde un punto de vista geográfico, se puede decir que no existe ninguna zona del país donde no llegue el mensaje radial.

También se puede afirmar que hay emisoras en cada región. Si estas radios desarrollan una programación realmente regional -o local- es otro tema que habrá que abordar.

La siguiente es la distribución de las concesiones radiales en AM respecto de la concentración de la población entre las regiones (en orden decreciente): en primer lugar la Región Metropolitana con 24 concesiones (36); después, la Región del Bio-Bio: 22; Valparaíso: 19; Los Lagos:

(35) Concesiones registradas en la Asociación de Radiodifusores de Chile (ARCHI), al 31 de julio de 1985.

(36) De este número, 17 operan en Santiago, con sólo dos concesiones no transmitiendo.

16; El Maule: 10; La Araucanía: 13; Libertador Bernardo O'Higgins: 6; Coquimbo: 8; Antofagasta: 11; Tarapacá: 8; Atacama: 5; Magallanes: 7; y, Aysén: 3. (Ver anexo N. 3)

También la distribución de las concesiones radiales en FM sigue la tendencia de la población, acentuándose un poco la concentración en la Región Metropolitana (25 de un total nacional de 158) (37), y en la Región de Valparaíso: 26. El aumento de emisoras FM a nivel nacional ha sido enorme. Desde 1973 se han otorgado 120 concesiones FM contra sólo 21 AM. A comienzos de 1985, por primera vez el número de emisoras FM (158) superó las AM (152). En parte el fenómeno se debe a la saturación del dial AM, especialmente en Santiago, donde sólo admite una frecuencia más (38). Por otro lado, su posicionamiento netamente musical, sumado a sus características técnicas, significa que fácilmente se ve como un negocio lucrativo.

A nivel nacional, las emisoras AM y FM son en su mayoría radios medianas y pequeñas, que funcionan independientemente, aunque algunas se conectan con emisoras más potentes, sobre todo para la transmisión de programas informativos y deportivos.

(37) Actualmente operan 18 en Santiago.

(38) Internacionalmente se propone la reducción de la franja entre frecuencias, a lo que los radiodifusores chilenos se oponen debido al costo que esto les implicaría, que va desde incrementar la calidad del equipo transmisor, hasta alterar la papelería debido al cambio de característica.

Sus propietarios generalmente son pequeñas sociedades o empresarios particulares.

Frente a esta mayoría numérica de emisoras independientes, existen algunas importantes cadenas radiales.

A pesar de existir hace bastante tiempo, el fenómeno de las cadenas sufre en los últimos años un cambio fundamental de carácter tecnológico. Actualmente el enlace se efectúa mediante un sistema de microondas de muy buena calidad (39), que permite una comunicación de ida y vuelta y, por lo tanto, una cobertura inmediata de toda la situación nacional. Este cambio se inicia alrededor de 1977, siendo Radio Cooperativa una de las pioneras.

La operación del sistema funciona a través de la conexión permanente entre los estudios en Santiago y sus radios filiales en provincia a través del sistema ENTEL, de modo que para los programas con horarios fijos se efectúa una simple salida al aire. En el caso de "flashes" informativos o de transmisiones que no corresponden a acuerdos previamente fijados, hay en cada emisora un sistema permanente de escucha que permite controlar lo que está llegando y de conectarse si se le considera útil.

Las repercusiones de este avance tecnológico son especialmente significativas en el área informativa. Previamente el enlace se realizaba por

(39) A excepción de Punta Arenas, para la cual se utiliza satélite.

onda corta, y las emisoras se "colgaban" de los programas capitalinos "por el aire". Las deficiencias de este sistema son importantes, aumentadas por el hecho que los noticieros son principalmente difundidos al amanecer y atardecer, momento en que las ondas sufren dispersión con mayor facilidad. En consecuencia, por primera vez en provincia se pudo escuchar un noticiero nítidamente y sin interrupciones, y con un sonido con características locales (40).

Por su parte, para la emisora en Santiago, este sistema significa un ahorro de corresponsales, ya que es la radio de la cadena en provincia, la que envía la información de su región a Santiago. Desgraciadamente, esto no contribuye a disminuir la centralización noticiosa, ya que a pesar del incremento de noticias, éstas siguen sujetas al mismo tamiz que anteriormente.

De las cadenas nacionales, la más relevante, por el número de radios que posee, es la cadena de Radio Nacional. De propiedad oficial, las Fuerzas Armadas de Chile aparecen como concesionarias.

La cadena cuenta con 10 emisoras propias (41), pero, por el sistema antes explicado, se agregan alrededor de 20 más. Es decir, cerca de 30 emi-

(40) Se comenta que una de las razones que motivaron el cierre de la mayoría de las emisoras de Radio Cooperativa, un año después de iniciar sus transmisiones vía ENTEL, fue justamente a raíz del efecto de sus noticieros en las regiones.

(41) En Arica, Iquique, Antofagasta, La Serena, Valparaíso, Santiago, Rancagua, Talca, Concepción y Punta Arenas.

son transmitidos los programas informativos (y deportivos) de Radio Nacional. La base de esta red está constituida por las radios que fueron expropiadas en 1973-1974 a partidos políticos o personeros de los cuales se dijo que habían actuado en representación de esas colectividades (42).

Esta cubre todo el territorio nacional. A esto hay que añadir el hecho que existen radios que, si bien no pertenecen directamente al Estado, son propiedad de instituciones muy ligadas a él, como, por ejemplo, Municipalidades (43), la Marina, o la Fuerza Aérea.

En muchos casos, estas radios son implantadas en zonas extremas del país, donde para el sector privado la instalación sería poco ventajosa desde el punto de vista económico.

Es el caso, por ejemplo, de una radio en Puerto Williams (bastante más al Sur de Punta Arenas), de propiedad de la Marina, o de una emisora en la Isla de Pascua, a cargo de la Fuerza Aérea.

(42) No todas las 40 radios expropiadas pasaron a constituir la cadena de Radio Nacional. Algunas fueron entregadas a fundaciones muy relacionadas con fuerzas políticas afines a la Junta Militar de Gobierno, a corporaciones, grupos, etc.

(43) Por ejemplo, es reciente la instalación de una radio municipal en Putre, sitio bastante conocido para los radiofusores porque es lugar de relegación

La segunda cadena radial es la de Radio Portales, actualmente de propiedad de la UDI (Unión Demócrata Independiente) (44). Como emisoras propias esta red gestiona en Santiago Radio Portales, Radio Alondra y Radio Carolina (en FM), y Radio Portales de Valparaíso. Está también por lanzar una radio en Concepción. Además, existen 21 emisoras a lo largo de todo el país que, vía ENTEL, repiten sus programas informativos, o los programas de mayor éxito, como por ejemplo, el Festival de Viña del Mar, del cual tiene los derechos exclusivos dentro del espectro radial desde hace varios años.

La cadena de Radio Cooperativa, de propiedad de grupos ligados a la Democracia Cristiana, fue la red más grande de Chile hasta 1973, y la segunda después de la cadena de Radio Nacional hasta 1978. En ese año se le caducaron las concesiones a 10 radios (45). Actualmente la cadena cuenta con la propiedad de una emisora en Santiago, una en Valparaíso, y una en Temuco. Así como el resto de las cadenas, también ésta trata de cubrir todo el territorio nacional por medio de conexiones con radios que transmiten una parte de su programación. Actualmente Radio Cooperativa, aparte de sus emisoras propias, conecta a otras 7 radios de Iquique a Coyhaique.

(44) Después de una larga historia de cambios de dueños que permitió a la cadena apoyar los tres últimos gobiernos.

(45) Radio Cooperativa perdió la propiedad de sus radios en Antofagasta, La Serena, Puerto Montt, Valdivia, más una FM en Santiago, y cuatro concesiones de onda corta.

Radio Chilena, es en parte propiedad de la Congregación Salesiana, y en parte, del Arzobispado de Santiago. Posee sólo dos emisoras, Radio Chilena y Radio Aurora FM, ambas en Santiago, pero también se puede decir que constituye cadena por el hecho que, a lo largo del país, conecta a 14 emisoras regionales, de las cuales, nueve pertenecen a la Iglesia Chilena o a los obispados locales (46).

Radio Minería, de propiedad del grupo Cruzat-Larraín, se encuentra actualmente intervenida por el Estado a través de la Comisión Liquidadora y Administradora del Conglomerado Forestal. Además de la propiedad de cuatro radios, en Santiago, Antofagasta, Viña del Mar y Punta Arenas, Radio Minería es también propietaria de Radio Galaxia FM.

Radio Agricultura, de propiedad de la Sociedad Nacional de Agricultura, tiene emisoras propias en Santiago, Valparaíso y en Los Angeles. Además conforma una cadena con un elevado número de radios, buscando cubrir el territorio nacional, específicamente las zonas de importancia agrícola dentro del país.

Aunque las radios de pequeños empresarios privados y pequeñas sociedades constituyen la mayoría

(46) La notable presencia de radios de la Iglesia es confirmada también por la existencia de una Asociación de Radiodifusoras Católicas, ARCA. Es justamente ARCA quien obtuvo el financiamiento para la iniciación de la red ENTEL.

desde el punto de vista numérico, esto no se expresa en una situación más favorable en cuanto a la audiencia: las últimas encuestas de rating realizadas en Santiago demuestran que, en lo que se refiere a las emisoras en AM, entre los 10 primeros lugares, 6 están ocupados por emisoras pertenecientes a cadenas radiales (47).

Más impactante aún, es observar que estas cadenas en su conjunto absorben el 76% de la audiencia total de las radios en AM de Santiago (48).

-
- (47) Para una más amplia información acerca del posicionamiento de las radios en AM ver anexo N. 2. Además de estas redes de emisoras en AM -que constituyen verdaderas difusoras nacionales de informaciones (y supuestamente de opiniones)- existe un fenómeno distinto; varias pequeñas cadenas en FM, compuestas por dos, tres o cuatro emisoras en distintas ciudades, que pertenecen a un solo empresario.

Las radios de una misma red transmiten todas la misma línea musical; generalmente no se plantean como medio de información, sino más bien, como negocio radial, aunque últimamente algunas de ellas han introducido los informativos breves, y algunos programas no sólo musicales.

- (48) Este total se refiere a las 17 radios AM que aparecen en las encuestas de sintonía en hogares de Testmerc, abril 1985. Ver anexo N. 2.

Una vez más, estos datos deben ser leídos teniendo en cuenta la multiplicación del impacto de estas cadenas, que se produce al contar ellas con una cantidad de radios pequeñas que repiten su mensaje a lo largo del país, ya sea vía ENTEL o "por el aire".

Se trata, generalmente, de emisoras que no tendrían la capacidad económica y profesional para confeccionar noticieros tan amplios. Radios que no tienen corresponsales en Santiago, y que, por lo tanto, no podrían informar con la instantaneidad suficiente sobre los acontecimientos de la capital. Difundir el programa enviado desde la cadena se traduce, para la pequeña emisora, en un signo de prestigio y de "riqueza informativa" (que, obviamente, tiene sus repercusiones en la imagen que la radio puede vender a sus avisadores publicitarios).

Generalmente, las cadenas que hemos mencionado, ofrecen gratuitamente sus noticieros con la sola condición de repetir los informativos en su totalidad, así como la de repetir los avisos publicitarios que auspician estos programas.

De esta manera obtienen cobertura nacional, y las radios que se suman pueden transmitir una cuota de programación de buen nivel técnico y profesional además gratuitamente.

Queda pendiente, no obstante, una reflexión acerca de la significación que para un pueblo del Sur puede tener la repetición de informativos desde Santiago.

Al interior del panorama radial que hemos revisado, constituyen un fenómeno interesante algunas radios de provincia que han logrado encontrar un espacio autónomo, siendo capaces de desarrollar

una función local y reforzar así la construcción de identidades regionales con márgenes de independencia frente a la creciente centralización cultural y política del país (49).

2.2. La Legislación

2.2.1. Breve Reseña Histórica

Tal como vimos en el Capítulo I de este trabajo, el sistema radial en Chile, estuvo, desde sus inicios, entregado a la iniciativa privada, sin que se dictara una legislación específica que resguardara el uso y control social del medio (50).

(49) Se trata por ejemplo, de radios como La Voz de la Costa, de Osorno; Estrella del Mar, de Ancud-Chiloé.

(50) Para una información más exhaustiva sobre las normas legales que directa o indirectamente han afectado a la radiodifusión, ver Morel, Consuelo y otros. Historia de la Radio en Chile. Segundo volumen. Escuela de Artes de la Comunicación, Pontificia Universidad Católica de Chile. Santiago, 197-.

La legislación radial viene a normar sobre una situación de facto que se origina el 19 de agosto de 1922, fecha de la primera transmisión. En 1925, se nombra la primera Comisión Legislativa destinada a formalizar la situación de la radiodifusión. Esta Comisión entrega el Ejecutivo la facultad de otorgar concesiones y a la Dirección General de Servicios Eléctricos la de fiscalizar técnicamente al medio.

Un poco más tarde, se promulga el primer "Reglamento de Estaciones de Radiocomunicaciones". Este cuerpo legal establece los criterios de otorgamiento de concesión de frecuencias, los cuales tienen en cuenta aspectos eminentemente técnicos, de capacidad empresarial y de gestión.

En el año 1927, la Dirección General de Servicios Eléctricos pasa a depender del Ministerio del Interior. Esto es una expresión de la valoración principalmente política que el Estado hace del medio radial. A lo mismo obedece la creación de la Dirección General de Informaciones y Extensión Cultural, dependiente del Ministerio del Interior, el año 1941, así como su posterior división, el año 1947, en que la Sección Informaciones es trasladada a la Secretaría General de Gobierno, organismo que supervigilará en adelante el contenido y realización de las transmisiones: normará sobre la composición de los programas (proporción de programas "en vivo" y cantantes nacionales), exigirá el nombramiento de Directores Responsables, limitará la publicidad (un máximo de 10 minutos por hora), y asumirá la responsabilidad de los puestos de escuchas.

Se configura así el rol del Estado, que, más que realizar una planificación social directa para definir el carácter y las funciones del medio, asume un rol regulador y de control sobre lo que espontáneamente se va configurando.

En términos genéricos, al iniciarse la década del 70', existe preocupación por ampliar el acceso radial.

De hecho, ya en los 60' se había legislado para evitar la formación de monopolios radiales (1962); normado en torno a la propaganda electoral a través de las radiodifusoras (1965); y, moderado la Ley sobre Abusos de Publicidad (1967).

Fruto del Estatuto de Garantías Constitucionales (1970), se introducen una serie de disposiciones "democratizadoras", pero que deben ser leídas en el contexto político-histórico de aprobación de dicho cuerpo legal. Es decir, la negociación entre la Democracia Cristiana y la Unidad Popular. Esas medidas, entonces, confirman el régimen de propiedad de los medios existentes (frente al temor de una posible estatización), y acota las atribuciones del Ejecutivo en esta área.

2.2.2. La Situación Actual

Al analizar la situación actual de la radiodifusión en materia legal, se debe contemplar cuatro aspectos. Primero, la Constitución Política de 1980; segundo, las leyes referentes a las condiciones técnicas de instalación, operación y explotación; tercero, la Ley sobre Abusos de Publicidad, que sanciona los contenidos de la información; y finalmente, los decretos que restringen la libertad de información y de opinión bajo estados de excepción.

a) Constitución Política de 1980

Esta Constitución en su artículo 19, N. 12, no difiere de lo dispuesto en la anterior Constitución de 1925, estableciendo "la libertad de emitir opinión y de informar, sin censura previa, en cualquier forma y por cualquier medio, sin perjuicio de responder de los delitos y abusos que se cometan en el ejercicio de estas libertades, en conformidad a la Ley" (Art. 19, N. 12, inciso 1).

En este mismo número especifica, además, que "la Ley en ningún caso podrá establecer monopolio es tatal sobre los medios de comunicación social" (inciso 2). Anuncia también la creación de un Consejo Nacional de Radio y Televisión (que a la fecha no se ha creado), autónomo y con personalidad jurídica, que deberá velar por "el correcto funcionamiento de estos medios de comunicación" (inciso 6).

Mientras en el inciso primero del número examinado, se promueve la libertad de expresión, en la sección sobre estados de excepción constitucional, es decir, en caso de Guerra Externa o Interna, Comoción Interior, Emergencia y Calamidad Pública, todos los derechos y garantías establecidos en el artículo 19 pueden ser afectados. En el caso particular de la libertad de información y de opinión, éstas pueden ser suspendidas y restringidas bajo Estado de Asamblea y Estado de Sitio; y sólo restringidas bajo Estado de Emergencia y de Catástrofe. En la actual Constitución, esta capacidad es de exclusividad del Presidente de la República, mientras que en la anterior, era atribución del Poder Legislativo.

El reciente Estado de Sitio (6 de noviembre de 1984 al 14 de junio de 1985, por Comoción Interna) y el presente Estado de Emergencia (del 14

de junio a la fecha, por peligro interno para la Seguridad Nacional) han sido utilizados como fundamento para la actual restricción de información y de opinión a que se han visto sujetas las radioemisoras, así como también los diversos medios de comunicación social.

La Constitución otorga la base para las modificaciones realizadas a la Ley Sobre Abusos de Publicidad, estableciendo el "respeto y protección a la vida privada y pública y a la honra de la persona y de su familia" (Art. 19, N. 4), y especifica que la transgresión de este punto por cualquier medio de comunicación, constituye delito.

En relación a las personas capacitadas para explotar un medio de comunicación, o ser directores o administradores del mismo, se especifica en el Artículo 8, que estas funciones no podrán ser ejercidas por quienes hayan sido sancionados por "propagar doctrinas que atentén contra la familia, propugnen la violencia o una concepción de la sociedad, del Estado o del orden jurídico, de carácter totalitario o fundada en la lucha de clases". Este artículo, que además declara inconstitucional a los partidos políticos, tiene por objeto definir a las personas que, metafóricamente podríamos decir, pierden su calidad de ciudadanos, una cierta casta de intocables, a las que se les limita parte de sus derechos civiles y además se prohíbe mencionarlos en situaciones de censura.

En resumen, observamos en la Constitución, una centralización del poder en el Ejecutivo (por ejemplo, en los estados de excepción, que han constituido prácticamente la norma del régimen militar), y una abierta exclusión política en términos de emisión de cualquier persona o grupo de oposición al gobierno (Art. 8). En suma, por un lado se establece la libertad de expresión (Art. 19, N. 12), y por otro, se fijan re-

glas del juego claramente restrictivas, legitimándose el excesivo poder del Ejecutivo y estrechándose el acceso a la emisión.

b) Las Leyes

Los cambios legales propiamente tales, comienzan en 1977, cuando el 15 de abril se promulga el Decreto Ley N. 1.762 (51). A través de este cuerpo legal se crea la Subsecretaría de Telecomunicaciones, dependiente del Ministerio de Transportes, reemplazándose así el rol de la Superintendencia de Servicios Eléctricos, de Gas y Telecomunicaciones.

A esta Subsecretaría le corresponderá la "tutela y la dirección técnica superior de las Telecomunicaciones del país, ... (lo que) no será aplicable al contenido de la información" (Art. 1).⁵¹ En todo caso, en situaciones de emergencia, el control de todo o parte de las Telecomunicaciones, corresponderá al Ministerio de Defensa Nacional.

Posteriormente, el Ministerio de Transportes y Telecomunicaciones publica la Ley General de Telecomunicaciones (Ley N. 18.168, del 2 de octubre de 1982). Esta Ley reemplaza al D.F.L. N. 4 de 1959, que entre otros, normaba sobre los requisitos técnicos para la obtención de concesiones para establecer, operar y explotar una estación radiodifusora.

(51) Publicado en el Diario Oficial del 30 de abril de 1977.

La nueva Ley, como la anterior, establece que las concesiones serán otorgadas por el Presidente de la República. Sin embargo, el control sobre el otorgamiento de concesiones es mucho mayor: se requiere de un informe previo del Ministerio de Defensa, además de un informe emitido por el Consejo Nacional de Radio y Televisión (cuando éste entre en funciones).

Una vez que la radioemisora comienza sus transmisiones, el control sobre la propiedad continúa a través de la Subsecretaría, la que debe autorizar previamente cualquier ingreso de nuevos socios o miembros, en el caso de sociedades de personas o corporaciones, como así mismo, la suscripción y transferencia de acciones de sociedades anónimas y en comandita por acciones.

Otro cambio importante que se observa dice relación con el plazo máximo de concesión. En el D.F.L. N. 4, este plazo no podía ser inferior a 30 años, ni superior a 50 años, dependiendo de los costos de la primera instalación y de la clase de estación. En la Ley N. 18.168, este plazo se reduce notablemente a 15 años. Para legitimar esta disposición se alude a la mantención de un mayor control sobre la calidad técnica de las radioemisoras. Razón sin mayor fundamento, porque la Subsecretaría tiene la facultad de controlar permanentemente esta calidad, incluso cuenta con capacidad sancionadora al respecto.

Finalmente, el 10 de septiembre de 1984, se aprueba el Reglamento General de Telecomunicaciones (52). El Reglamento corrobora lo dispuesto en la

(52) Publicado en el Diario Oficial del 4 de marzo de 1985.

Ley General de Telecomunicaciones. En el ámbito de la radiodifusión sólo se observa la adición de sanciones a las interferencias, interceptio - nes o interrupciones de las transmisiones.

En las actuales leyes se observa que, en rela - ción a la radio, el carácter de la Subsecretaría es meramente técnico-administrativo, debiendo controlar que el medio cumpla con las normas téc - nicas. El verdadero poder, en términos de otor - gamiento de concesiones, reside plenamente en el Poder Ejecutivo, quien de esta manera controla y limita los grupos sociales que pueden acceder a la emisión. Así mismo, tanto en las leyes, como en la Constitución, es notorio el incremento del control estatal, a raíz de las atribuciones cen - suradoras que se le otorgan al Poder Ejecutivo.

Es importante recordar que el marco legal descri - to en que opera el medio radial, se agrava duran - te el régimen militar por el hecho que, cuando hablamos de Poder Ejecutivo y Legislativo, nos referimos sólo a cinco personas que lo configu - ran de una manera absolutamente no representati - va.

c) La Ley sobre Abusos de Publicidad

La Ley N. 18.313 del Ministerio del Interior (53), que modifica la anterior Ley sobre Abusos de Pu -

(53) Publicada en el Diario Oficial del 17 de mayo de 1984.

blicidad de 1967 (54), ha sido altamente criticada tanto por sectores de oposición, como por independientes de derecha. Se la ha denominado la nueva "Ley mordaza", en recuerdo de la antigua Ley sobre difamación, que entró en vigencia durante el gobierno de Jorge Alessandri (1958 - 1964) y fue derogada por Eduardo Frei (1964-70).

La nueva Ley, aparte de introducir nuevos delitos, se extiende al plano de las indemnizaciones y al de los procedimientos, y aumenta drásticamente las multas y en un grado las penas, lo que redundará en la posibilidad de recibir una pena -no remitible- de hasta cinco años de cárcel.

La mayor conmoción se produjo frente a los Artículos 21-A y 21-B. El primero estipula sanción al "que difunda a través de cualquier medio de comunicación social hechos de la vida privada de una persona que causaren o pudieran causar daño material o moral a ella, su cónyuge, ascendientes, descendientes o hermanos". El segundo, el 21-B, establece que será sancionado "el que sin ánimo de injuriar, impute maliciosamente a una persona, a través de los medios de comunicación, un hecho falso relativo a la vida pública, que le causare o le pudiere causar daño material o moral".

Las críticas son varias. Primero, el Artículo 21-A no considera la veracidad o falsedad de los hechos difundidos; basta con que éstos se refieran a la vida privada de la persona para que constituyan delito. Segundo, la ambigüedad de los

(54) Ley N. 16.643, publicada en el Diario Oficial del 4 de septiembre de 1967.

conceptos "vida pública" y "vida privada", los que en el caso de un hombre público, no están tan claramente separados. Tercero, en el Artículo 21-B, la única forma de probar que la información fue sin ánimo de injuria, es revelando el hombre de la fuente de información, lo que constituye secreto periodístico. Por último, los medios pueden ser perseguidos por acción pública, es decir, cualquiera persona, no solamente el afectado, puede querellarse.

Para entender las razones que tiene el Gobierno para efectuar estas modificaciones, es necesario revisar el contexto legal dentro del cual operan los medios de comunicación, previo a la publicación de esta Ley.

El 27 de agosto de 1983, el Gobierno decide no renovar el Estado de Emergencia, que rige al país durante 10 años. Este hecho da lugar a la llamada "apertura política". El término del Estado de Emergencia significa: la eliminación de la facultad de censurar la correspondencia y los medios de comunicación, de la restricción a la libertad de información y opinión; así mismo, levanta las limitaciones al tránsito vehicular nocturno y el toque de queda. Este período, de muy corta vida, finaliza el 24 de marzo de 1984, fecha en que se instaura nuevamente el Estado de Emergencia (situación que culminaría posteriormente, en el Estado de Sitio decretado en noviembre del mismo año). De esta manera, el Gobierno pretende, entre otras cosas, frenar la creciente línea de denuncia por parte de la prensa de oposición. Por ejemplo, el caso de compra y venta de propiedades por el Presidente de la República en El Melocotón (denunciado por la Revista Cauce y más tarde llevado a los Tribunales de Justicia). El control del Gobierno sobre los contenidos de los medios de comunicación, se ve cuestionado por el poder judicial el 2 de mayo del mismo año, cuando, por unanimidad, la Corte de Apelaciones acoge la improce -

dencia de la censura previa a la Revista Cauce.

La premura con que se publica esta nueva Ley (el Gobierno invita el 3 de abril a discutir la Ley sobre Abusos de Publicidad, discusión que no se concreta) se enmarca, entonces, dentro de los acontecimientos mencionados, que llevan al Gobierno, frente a una creciente disensión, a protegerse bajo una nueva figura delictual que impide la denuncia de los actos del Ejecutivo, por parte de los medios de comunicación.

d) Decretos promulgados durante los recientes Estados de Excepción

El decreto promulgado el 7 de noviembre de 1984, al día siguiente de la instauración del Estado de Sitio, suspende la publicación de seis revistas y restringe la información en todos los medios de comunicación, estableciendo que se deben abstraer de "difundir informaciones, entrevistas, comentarios, declaraciones, inserciones ... que se refieran a hechos que directa o indirectamente pudieren provocar alarma en la población, alterar la tranquilidad ciudadana, el normal desarrollo de las actividades nacionales o versen sobre actos definidos como terroristas en la Ley N. 18.314 (55) ... o a hechos de carácter, relevancia o alcance político" (Art. 2).

(55) Publicada en el Diario Oficial del 17 de mayo de 1984.

Este decreto no escapa a la ambigüedad que en general tienen los cuerpos legales sobre censura. ¿Dónde está el umbral que define a un hecho como de carácter, relevancia o alcance político?, o ¿qué es alterar la tranquilidad ciudadana?, es acaso. ¿alterar su estado de ignorancia? Esta ambigüedad hace aún más vulnerable la situación de los medios de comunicación, ya que, dada la carencia de un Estado de Derecho, la definición de las transgresiones a la censura queda al arbitrio de instituciones de gobierno, como son el Ministerio del Interior y la Dirección Nacional de Comunicación Social.

El Estado de Sitio termina el 14 de junio de 1985, y al mismo tiempo, se declara el Estado de Emergencia. En lo formal, la situación de la radiodifusión en términos de censura se mantiene: deberá igualmente abstenerse de difundir informaciones u opiniones relacionadas con actos terroristas (definidos en el Art. 1 de la Ley N. 18.314); las actividades de las personas o entidades mencionadas en el Art. 8 de la Constitución, que, en otras palabras, son personas que se convierten en innombrables y se niega su existencia; así como cualquier información sobre partidos políticos.

Sin embargo, al disminuir la sanción a las transgresiones bajo el Estado de Emergencia, el riesgo de ser clausuradas también disminuye. Ello significa, aparte de una mayor amplitud y liberalización de los contenidos emitidos, la vuelta al aire de programas de discusión y comentarios que las emisoras suspendieron durante la vigencia del Estado de Sitio.

Como hemos visto, tanto en el Capítulo I, como en la presente sección, el Estado presenta desde los comienzos de la radiodifusión, un rol controlador y regulador. Sin embargo, la evolución histórica previa a 1973, reconoce también

un país donde la participación de la sociedad civil, organizada o desorganizadamente, efectúa un cierto control social sobre las atribuciones coercitivas y sancionadoras del Estado.

Desde 1973, la sociedad civil pierde significativamente no sólo sus posibilidades expresivas a través de los medios de comunicación, sino también sus espacios colectivos de identidad, organizacionales y reivindicativos en diversos ámbitos. Esta pérdida, que radicalmente limita los canales de participación, se agrava al ser impuesta por una situación de fuerza, y por un Estado que pierde su calidad de ente representativo, al convertirse en sinónimo de gobierno, específicamente, de gobierno militar.

El gobierno militar, que desde un comienzo reconoce la importancia política del medio, presenta dos conductas legales diferentes, en dos períodos distintos. En un principio, su actuación es brusca: instaura la censura y expropia ciertos medios, sin un cuerpo legal que lo respalde. La búsqueda de mecanismos que legitimen sus acciones culmina con la Constitución de 1980. Este cuerpo legal, que centraliza y otorga un status legal al rol controlador y sancionador del Poder Ejecutivo, establece las líneas generales sobre las cuales se legisla más tarde, ya sea específicamente para el medio radial, o para los medios de comunicación en general. La radiodifusión se ve especialmente afectada por la limitación del acceso a la emisión, así como de los contenidos que difunda, y por las sanciones a la información, las que son cada vez más explícitas.

2.3. Propiedad y Financiamiento

El carácter privado, y por ende comercial, que el sistema radial tiene en Chile desde sus orígenes, determina el financiamiento con que el sistema se sustenta. Es por esto que ambas variables se examinarán en conjunto.

2.3.1. Breve Reseña Histórica

Fruto de la legislación mencionada en el Capítulo I, la propiedad de las emisoras es mayoritariamente individual. Así mismo, el vacío legislativo respecto de un financiamiento más orientado socialmente, determina una evolución de la radiodifusión chilena claramente comercial.

Con la llegada al país de las agencias de publicidad a mediados de la década del 40, las radios encuentran en ellas una gran fuente de recursos y, aunque en una relación conflictiva, se genera una fuerte dependencia de los intereses de esas fuentes. Esto crea una gran competencia dentro del sistema, y comienza su fragmentación; el número de emisoras crece notablemente, y las más grandes, con mayores recursos humanos, tecnológicos, y financieros, van captando el grueso de los ingresos publicitarios; mientras a las pequeñas, casi artesanales y de propiedad familiar, les es muy difícil acceder al mercado publicitario.

En los inicios de los años 60, ya esta situación es nítida, y comienzan a operar redes de emisoras de los mismos propietarios que son los

que manejan los mayores recursos de poder en la sociedad, es decir, los sectores mineros, económico-financieros, industriales y agrarios.

En esta década también surgen las radios universitarias, que completan el espectro, definiendo su función como de extensión de la influencia de las universidades en la sociedad.

En términos de las organicidades políticas y sociales de los propietarios, los grandes ausentes son los sectores de izquierda o representativos de grupos sociales no vinculados a la actividad económica financiera o productiva empresarial.

Durante el gobierno de la Unidad Popular, la representatividad se amplía, pero exclusivamente en lo que se refiere a los partidos políticos de la izquierda y la Central Unica de Trabajadores.

Bajo el gobierno militar, los cambios producidos en la propiedad del sistema radial, se relacionan con tres hechos: la expropiación de radios, la formación de la red estatal, y la participación de los grupos económicos.

La expropiación de radios se produjo fundamentalmente entre 1973 y 1974. Estuvo dirigida a las radios que directa o indirectamente pertenecían a partidos políticos de izquierda. Si a esto se suma la caducidad de concesiones realizadas en los años posteriores, la representatividad política de oposición al régimen se ha visto enormemente disminuida.

En enero de 1974 se crea Radio Nacional de Chile

(56), dirigida por un Consejo compuesto por el Director de Informaciones de Gobierno y un representante de cada una de las Fuerzas Armadas y Carabineros. Radio Nacional posee la red más extensa del país, constituida principalmente por emisoras expropiadas.

Los grandes grupos económicos, que se fortalecen durante este período, no permanecen ajenos al quehacer radial. El grupo Vial-BHC y el grupo Matte, llegan a ser prácticamente propietarios de Radio Portales (57), y el grupo Cruzat-Larraín, de Radio Minería. Si bien es pequeño el número, en relación a la totalidad del sistema, estas dos cadenas son muy significativas por el número de sus auditores y su extensión a lo largo del país.

2.3.2. La Situación Actual

En la actualidad, la información sobre la propiedad de las emisoras, que ya en sí era precaria, se dificulta aún más. La Ley N. 18.046 del 22

(56) Decreto Ley N. 258 del 7 de enero de 1974.

(57) En 1978, el grupo Matte poseía un 38,8%, el BHC un 30,9% y la SOFOFA un 23,7%. En 1979, la SOFOFA posee un 62,6% y el BHC un 30,9%, situación que se invierte en 1980, quedando el BHC con un 65,6% de las acciones.
(Fuente: Superintendencia de Valores y Seguros).

de octubre de 1981, distingue entre Sociedades Anónimas Abiertas y Cerradas. Las radioemisoras corresponden a este último tipo, lo que implica que no existe obligación por parte de la empresa, de hacer públicos los datos sobre sus accionistas, directores y balance.

En relación a la propiedad del universo radial, éste puede examinarse bajo dos aspectos diferentes. Primero, si consideramos la dimensión cuantitativa de la propiedad de las radiodifusoras, encontramos que se caracteriza por una inmensa mayoría de propietarios individuales. Por otro lado, si lo miramos bajo el parámetro de la recepción, es decir cobertura y audiencia, constatamos que ésta se concentra en un número muy reducido de emisoras cuya propiedad históricamente corresponde a entidades que representan intereses corporativos al interior de la sociedad, y que luchan por mantener o alcanzar el poder político y/o económico. Su presencia como emisores en el sistema radial se debe, muchas veces, no sólo al interés comercial, sino, más bien, a la posibilidad de influir en la sociedad para generar adhesión en torno a su proyecto político-histórico y su visión cultural.

En este momento se podría clasificar a los propietarios de emisoras de la siguiente manera: propietarios individuales o pequeñas sociedades de personas, sociedades anónimas y compañías limitadas ligadas a sectores empresariales o partidos políticos, las universidades, la Iglesia, y el Estado. Cuantitativamente la primera categoría es la más numerosa a lo largo del país. Sin embargo, en términos de audiencia, la propiedad se concentra en los grupos empresariales, partidos políticos, la Iglesia y el Estado.

La quiebra de los principales grupos económicos en enero de 1983, conllevó significativos cambios de propiedad en Radio Minería y Radio Portales.

Radio Minería, de propiedad del grupo Cruzat-Larraín, se encuentra de hecho intervenida por el Estado, a través de la Comisión Liquidadora y Administradora del Conglomerado Forestal (58). Políticamente está siendo la expresión del nacionalismo, con fuerte inspiración en el proyecto político del ex Ministro Jarpa, y con una importante presencia del Movimiento de Avanzada Nacionalista (MAN) (59), a través de su directorio, el cual está constituido fundamentalmente por ex parlamentarios del Partido Nacional.

Por su parte, Radio Portales durante el último período ha sufrido tres importantes cambios de propiedad. Después de 1973 la SOFOFA recuperó su control, posteriormente perteneció a los grupos Vial-BHC y Matte. Desde 1983-84 ha pasado a ser totalmente controlada por la Unión Demócrata Independiente (UDI) (60). Este control se

(58) La Comisión tiene a su cargo el 91,5% de los activos del grupo. Está compuesta por Gustavo Montero (Presidente), Armando Alvarez, Adolfo Rojas, Andrés Concha, y Manuel Cruzat como representante del grupo. La Comisión también administra las otras empresas comunicacionales del grupo: Revista Ercilla, Revista Vea y Deporte Total.

(59) El MAN es un movimiento cívico de apoyo al General Pinochet. Mantiene un ideario nacionalista y sus discrepancias con el Gobierno son en torno al modelo económico, sosteniendo que el Estado debiera tener una mayor participación y control sobre la economía.

(60) En lo político, el postulado principal de la UDI es el de una "democracia protegida", oponiéndose

..... Cont.

ha acrecentado desde la renuncia de su Director y Gerente General Raúl Tarud, en octubre de 1984 (61). Quienes de hecho definen ahora el proyecto informativo de la emisora, son significativos personeros de la UDI -Vasco Costa, Juan Eduardo Ibáñez, Hermann Chadwick e Ignacio Astete-.

Continuando dentro del espectro político, pero en el sector de oposición, se ubican Radio Cooperativa y Radio Santiago. Ambas se encuentran vinculadas a la Democracia Cristiana. La primera se ha caracterizado por un proyecto informativo más desafiante al régimen, y la segunda por un plano más tradicional. Ambas se han mantenido relativamente estables en términos de propiedad. Radio Cooperativa pertenece a la misma empresa desde 1970. Radio Santiago, si bien ha experimentado ciertos cambios en los socios mayoritarios, éstos han provenido de la misma tendencia.

La Iglesia por su parte, ha reforzado notoriamente su papel dentro de las comunicaciones masivas a través del medio radial. Actualmente es propietaria de Radio Chilena y Radio Aurora FM en Santiago, y otras nueve emisoras en las regiones.

(60) Cont.

a la legitimidad de algunas corrientes políticas, especialmente del Partido Comunista. Algunos de sus personeros participaron en el diseño de la Constitución de 1980. En lo económico, se adhieren al modelo de la Escuela de Chicago.

(61) Cargo que había desempeñado por casi 20 años.

La unión entre estas emisoras se ha establecido a través de la Asociación de Radiodifusoras Católicas (ARCA), creada en 1982 (62). La función de ARCA ha sido unir a las radios católicas y racionalizar su financiamiento. La preocupación por el financiamiento comenzó en 1978, año en que el Arzobispado de Santiago traspasó la mitad de sus acciones de Radio Chilena a la Congregación Salesiana, con el fin de que administrara la radio e impulsara su autofinanciamiento. Esta nueva política significó importantes cambios de programación, para atraer el financiamiento de la empresa privada, y cambios en el proyecto informativo.

Finalmente está el Estado propietario de Radio Colo-Colo y Radio Nacional de Chile con su red de 10 emisoras. No obstante el hecho de ser ambas estatales, han debido someterse a la competencia por el financiamiento publicitario, debido a la política gubernamental de autofinanciamiento. Radio Colo-Colo se ha posicionado como una radio popular, obteniendo una buena respuesta en términos de audiencia, mientras que Radio Nacional, nunca ha logrado llegar a los primeros lugares (63).

-
- (62) ARCA agrupa a Radio Chilena de Santiago, León Trece de Pozo Almonte, El Sembrador de Chillán, Talcahuano de Talcahuano, Nielol de Temuco, La Voz de la Costa de Osorno, Estrella del Mar de Ancud, Aysén de Puerto Aysén, Santa María de Coyhaique, y Presidente Ibáñez de Punta Arenas.
- (63) En la última encuesta de Testmerc (abril de 1985), Radio Colo-Colo se encuentra en el 6. lugar de la posición general AM - FM, y Radio Nacional en el lugar 21.

Examinando específicamente la proveniencia del financiamiento, se observa que todas las emisoras, AM y FM, dependen totalmente del financiamiento publicitario.

La pérdida de inversión publicitaria producida en los años 60 a raíz de la aparición de la televisión (64), se acentúa aún más con la introducción de la televisión en colores. Posteriormente, la brusca caída de la inversión durante la recesión (de 1.696.900 U.F. en 1981, cae a 1.226.070 U.F. en 1982, y a 896.430 U.F. en 1983) (65), acentúa el carácter competitivo del sistema. Si bien en el año 1984 la inversión publicitaria aumenta (1.595.859 U.F.), la progresiva multiplicación del número de emisoras (66), se traduce en una lucha desesperada por obtener mejores lugares en las encuestas de sintonía.

Estas encuestas, con todas las falencias metodológicas que puedan observarse, representan para el publicista -aparte de su intuición- la única herramienta para planificar su estrategia de medios. De este modo, el uso de este parámetro para determinar la programación, va en desmedro de innovaciones que favorezcan una programación diversificada para públicos específicos y sus diferentes intereses, que no son necesariamente sólo de tipo musical.

(64) Ver sección 1.4.2. de este mismo trabajo.

(65) Ver Cuadro N. 1, Capítulo IV.

(66) Ver anexo N. 3.

Esta dependencia de la sintonía, se agrava por la presente situación financiera de las radios, que se encuentran seriamente afectadas por las deudas contraídas con los Bancos. La masiva renovación de equipos -desde grabadoras hasta equipos de transmisión- realizada durante el "boom económico" (1981 y 1982), y en algunos casos la conexión a la red ENTEL, son las causas fundamentales de este endeudamiento.

En consecuencia, la propiedad del sistema radial presenta una creciente y tácita estatización, que opera desde las renegociaciones de las deudas con los Bancos, en las que interviene la Superintendencia de Bancos y Financieras, hasta la abierta intervención de los grupos económicos, como es el caso de Radio Minería.

Además, el Estado interviene en el sistema como propietario de diversas emisoras, y a través del financiamiento publicitario, al decidir en cuales medios concentra la inversión publicitaria de organismos estatales.

2.4. Los Modelos Radiales

2.4.1. Breve Reseña Histórica

Como dijimos en el capítulo anterior, el modelo inicial de la radiofonía chilena es básicamente el norteamericano, que "otorga al medio una función principalmente de entretención y de servicio público, en el sentido más restrictivo del término".

A mediados de la década de los 40, a raíz de la competencia por obtener recursos publicitarios, se especifican los procesos de profesionalización y modernización, diversificándose la programación.

En esta época aparecen los noticieros -aún sin un lenguaje radial específico-, los radioteatros, y diversos géneros musicales. Por razones de mercado, esta programación está en gran parte determinada por la audiencia, que en este período es en su gran mayoría de estrato medio alto.

Hasta los años 60, se mantiene una función principalmente de entretención y de servicio público, aunque ya desde los años 50, se comienza a crear una identidad de la radio con la línea informativa; se introducen los primeros foros políticos. Apoyado por los altos ingresos publicitarios, se observa un desarrollo espectacular en esta línea.

En la década de los 60, la aparición de la televisión y la creación de los transistores, son dos hechos que van a influir en los modelos radiales. Por un lado, la creación de los transistores incide en la masificación de la radio; sin embargo, el auge de la televisión, en la segunda mitad de la década, le afecta directamente por la disminución de ingresos publicitarios.

Por otra parte, con el triunfo de la Democracia Cristiana, en 1964, la radio adquiere un importante papel político y cultural. Aumentan los espacios periodísticos (pero en formatos menos espectaculares), y los espacios políticos. Por otro lado, la programación no informativa (musical) se homogeneiza: música selecta y locución seria para estratos altos, y música de éxitos

comerciales, diálogo comercial y concursos, para los estratos populares. En este contexto, nacen en esta época las emisoras en frecuencia modulada.

En síntesis, pese a que los requerimientos del nuevo proyecto político de la Democracia Cristiana podría haber estimulado un cambio, la radio reproduce la preconstitución de sujetos sociales desde el Estado: "se socializa la recepción, pero no así los modos de producción".

En los años 70, tampoco se ve reforzada la función de expresión social a través del medio. El período se caracteriza por la centralidad de la política en el discurso comunicacional y su progresiva polarización. La radio se convierte en una trinchera más de la lucha ideológica cada vez más polarizada.

Respecto de la profesionalidad del medio, hasta 1970 la gran mayoría de los profesionales radiales provienen del comercio o son empleados públicos o privados (67). La única escuela es la práctica. La posterior generación de periodistas que se va incorporando de manera más significativa, son depositarios de una formación que no favorece el ejercicio de un periodismo "nuevo", que implique la diversificación de las fuentes de información, descubrir los actores y he-

(67) Alcalay, Rina. "El Medio Radial: su Especificidad y un Diagnóstico de su Quehacer en Chile". Revista EAC, N. 3, 1973.

cnos sociales, y fomentar la propia expresión de esos actores, en definitiva, no favorece la emergencia de un nuevo modelo de producción de la noticia.

2.4.2. La Situación Actual

Para referirse hoy a los modelos radiales, es necesario distinguir entre las emisoras AM y FM.

El dial AM mantiene un modelo basado en la entretención y la información, orientado hacia la recepción masiva.

El examen de la programación diaria de las principales radios AM, presenta un patrón bastante similar. El área informativa se caracteriza por tres noticieros de larga duración, más "flashes" noticiosos o informativos horarios durante el resto del día. El área de entretención tiene también tres bloques: un bloque matinal dirigido a la dueña de casa, con locución y música, y en algunos casos, concursos y móviles en distintos puntos de la ciudad; el bloque después de almuerzo se caracteriza por música y un estilo de locución más tranquilo (68); en algunas radios

(68) La audiencia después de almuerzo baja notoriamente, probablemente debido a la televisión. Véase Gráfico N. 1, pág. 76

la música continúa en el bloque nocturno, y en otras se transmiten programas de conversación, de tipo religioso, o con temas tales como la medicina, parasitología y extraterrestres. Siguiendo este patrón, las diferencias de contenido se manifiestan sólo en la medida que varía el público objetivo de la radio. Estas diferencias se expresan en la línea musical, el estilo de locución, distintos tipos de concursos, y diferentes servicios de utilidad pública. (Ver anexo N. 5)

La homogeneización de géneros y formatos involucra dos factores. Primero, las características del medio, es decir, la competencia por el mercado publicitario sumado al tipo de propiedad que el medio tiene, lleva a las radiodifusoras a aspirar a un modelo ya "probado", institucionalizado por las emisoras consideradas "exitosas" (69). Segundo, la hegemonía del "modelo exitoso", se constituye a su vez en base a la modelación de gustos de los auditores, lo que contribuye también a su mantención.

Durante los dos últimos años, un hecho muy importante es el resurgimiento del área informativa. Hay radios, como Cooperativa por ejemplo, que reconoce su aumento en el rating de sintonía en la opción informativa que los caracterizó. Por otro lado de las que bajaron, como Radio Santiago, atribuyen su descenso a sus dificultades para ampliar el personal periodístico y así responder a las exigencias informativas de los auditores.

(69) Por ejemplo, Radio Portales, que mantiene primera sintonía desde hace 20 años.

Este auge comienza en 1983, muy ligado al momento de la "apertura política". cuando la instantaneidad noticiosa de la radio jugó un papel fundamental, especialmente en los días de protesta y manifestaciones. También durante este período se expanden los programas de comentarios políticos y foros (70): Durante el reciente Estado de Sitio, estos programas se suspenden, sin embargo vuelven al aire al levantarse el Decreto. El Estado de Sitio obligó, además, a las radioemisoras a buscar fórmulas alternativas para difundir información de carácter político. En algunas, son los propios periodistas quienes intentan una solución; en otras emisoras -las no oficialistas- corresponde a una iniciativa general de la radio. La primera estrategia constatada se lleva a cabo a través del lenguaje: por ejemplo, para mencionar palabras censuradas, tales como "bombazo" o "apagones", los periodistas buscan en las entrevistas a personeros de gobierno, que éstos citen directamente las palabras restringidas. En el ámbito de las declaraciones contrarias al Gobierno, formuladas por personas de oposición y en representación de colectividades políticas, se recurre a anunciar la noticia con "el ex Embajador en ..." o "el ex Ministro de ...", de esta manera, pretenden neutralizar la reacción de los puestos de escuchas de la Dirección Nacional de Comunicación Social. Una segunda estrategia consistió en utilizar las situaciones coyunturales -internas o externas- ya sea para subir el tono de la noticia (por ejemplo, durante las visitas de las comisiones norteamericanas e inglesas); ya sea a través de ins

(70) En agosto de 1983, Radio Chilena comienza "A esta hora se analiza", dirigido por Jaime Celedón, en un estilo similar al programa que él mismo dirigía en televisión hasta septiembre de 1973.

tancias noticiosas externas, como la llegada de la democracia en Uruguay, a raíz de la cual, en forma tácita, se realizaron alusiones al régimen militar chileno; ya sea a través de acontecimientos internos, como el terremoto del 3 de marzo, en que se reportaban las denuncias relacionadas con la ineficiencia de las autoridades.

Es en esta área informativa, donde muchas radios dan su batalla con respecto a la televisión, atrayendo un gran número de nuevos auditores.

La importancia que esta área adquiere se observa en el gráfico N. 1. De este gráfico podemos concluir que el horario radial de mayor sintonía coincide directamente con el informativo matinal, existiendo un promedio de 45% de receptores encendidos entre las 7:30 y las 9:00 horas.

No obstante la importancia que esta área adquiere, el modo de producción de la noticia no varía. Los factores que contribuyen a su mantención son, por un lado, la limitada representatividad social del medio en términos de propiedad, por otro, la formación profesional de los periodistas, que tampoco favorece la renovación del modelo. Ambos factores se encuentran a su vez enmarcados por los sucesivos períodos de censura y autocensura a que se ve sujeto el medio radial.

La situación que se observa en el dial FM es totalmente diferente. Su función es netamente de entretención y su público es muy específico. La frecuencia modulada, que en sus orígenes se caracterizaba por la transmisión de música selecta dirigida a un público muy restringido, hoy presenta una gran diversificación. Se encuentra desde emisoras dedicadas exclusivamente a la música clásica, hasta emisoras de música popular, como es el caso de Radio Pudahuel FM, que en términos de público objetivo es el equivalente de la Radio Colo-Colo.

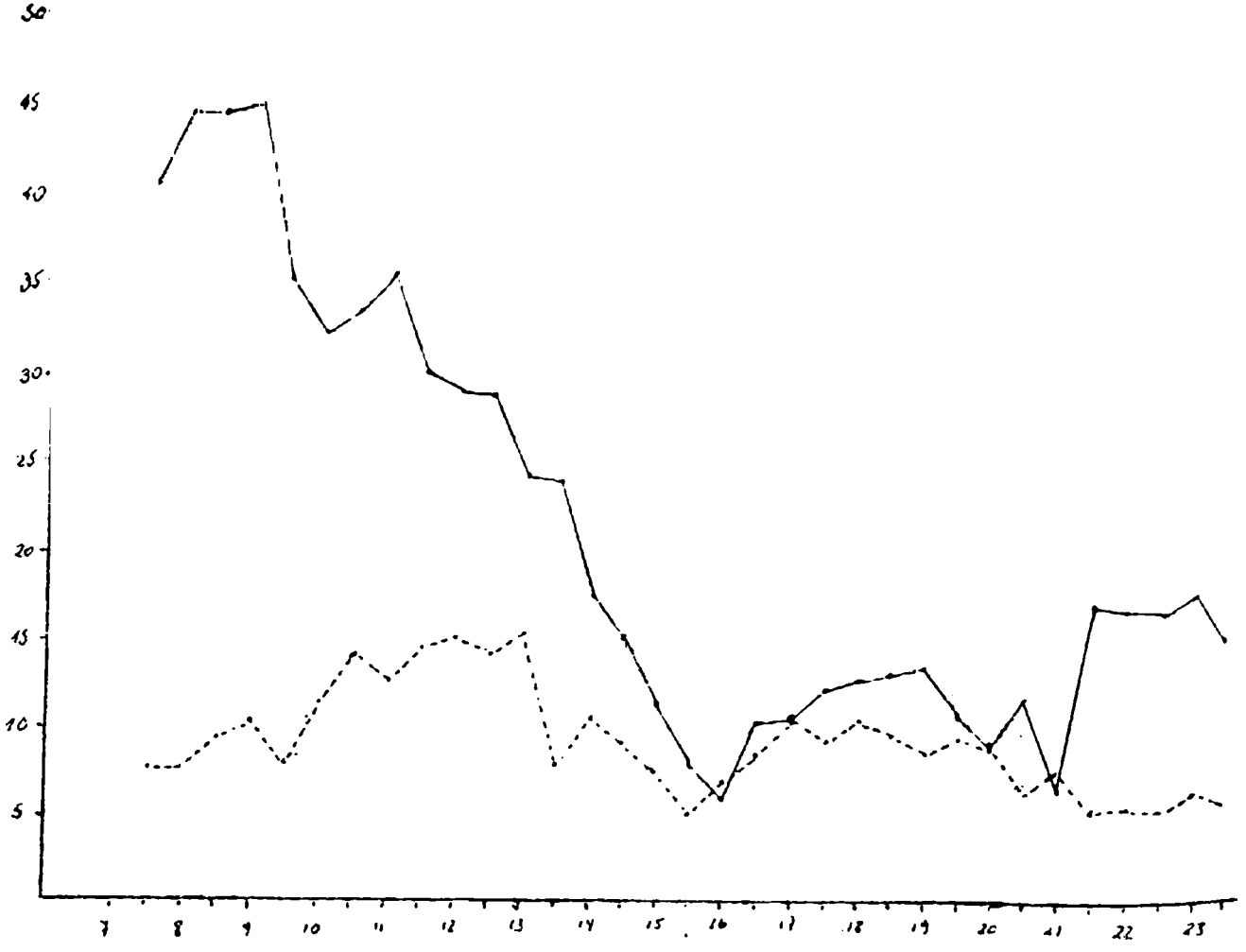
GRAFICO N°1

PORCENTAJE DE RECEPTORES ENCENDIDOS POR CADA MEDIA HORA

(LUNES A SABADO. DE 7.00-7.30 A 23.00-23.30 horas)

Porcentaje
receptores
encendidos

— AM
- - - PM



Medias horas

Fuente: Encuesta de sintonía en hogares. Testmerc, Abril 1985.

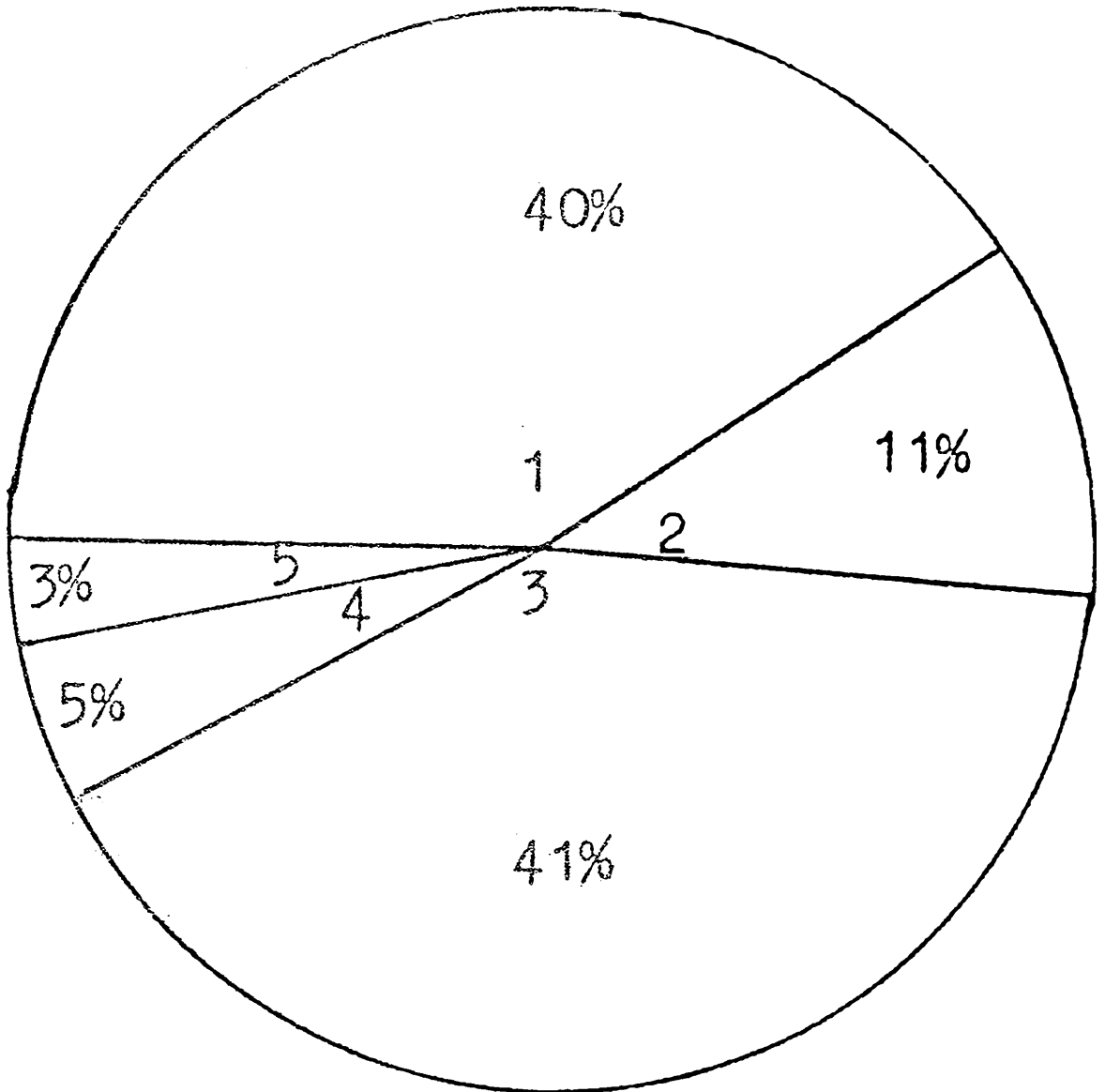
Lo que sí no cambia, es el carácter eminentemente musical que estas emisoras mantienen. El modelo utilizado implica un bajo costo de producción en términos de personal e infraestructura (71). En relación al costo, lo que diferencia una emisora de otra, es la calidad de su equipo y la accesibilidad a discos y cassettes. En otras palabras, resulta más costoso mantener una programación con discos que deben ser permanentemente importados, por ejemplo, el heavy-rock o grabaciones de música clásica, que programar música romántica, generalmente del recuerdo.

Las categorías que se identifican en el dial FM relacionan su contenido musical y su público objetivo. Los distintos tipos que se detallan a continuación han sido distinguidos a partir de la concepción que los mismos emisores y publicistas tienen del universo FM.

(71) En términos de personal la diferencia es notoria. Radio Chilena por ejemplo, tiene un personal de 60 personas, mientras que Aurora FM, tiene 10 personas. El bajo costo de operación y la rentabilidad económica de las FM, ha significado que muchas emisoras AM, hayan recurrido a la fórmula de operar paralelamente una FM, y de esta manera compensar las pérdidas económicas que puedan tener con la radio AM.

GRAFICO N° 2

DISTRIBUCION Y SINTONIA DE LAS EMISORAS FM



Fuente: Testmerc. Encuesta de sintonía en hogares. Abril 1985

1.- Radios románticas

Se caracterizan por música romántica, fundamentalmente en español. Están dirigidas a un público femenino, entre 20 y 40 años, principalmente de sectores socioeconómicos C₁, C₂ y C₃.

Ejemplos: Aurora, La Clave, Pudahuel y Sintonía.

2.- Radios de compañía

Transmiten principalmente música en inglés, temas considerados "finos". Dirigidas a hombres y mujeres, de 25 a 45 años, de sectores A y B.

Ejemplos: Horizonte, Infinita y Universo.

3.- Radios juveniles

Dirigidas a un público de 14 a 25 años. Al interior de este grupo, las radios son: Carolina, Concierto, Galaxia, La Ciudad y Tiempo.

4.- Radios de ejecutivos

Su programación consiste principalmente de música orquestada, destinada a ser escuchada en lugares de trabajo, de sectores A y B.

Ejemplos: El Conquistador y San Cristóbal.

1.- Radios románticas

Se caracterizan por música romántica, fundamentalmente en español. Están dirigidas a un público femenino, entre 20 y 40 años, principalmente de sectores socioeconómicos C₁, C₂ y C₃.

Ejemplos: Aurora, La Clave, Pudahuel y Sintonía.

2.- Radios de compañía

Transmiten principalmente música en inglés, temas considerados "finos". Dirigidas a hombres y mujeres, de 25 a 45 años, de sectores A y B.

Ejemplos: Horizonte, Infinita y Universo.

3.- Radios juveniles

Dirigidas a un público de 14 a 25 años. Al interior de este grupo, las radios son: Carolina, Concierto, Galaxia, La Ciudad y Tiempo.

4.- Radios de ejecutivos

Su programación consiste principalmente de música orquestada, destinada a ser escuchada en lugares de trabajo, de sectores A y B.

Ejemplos: El Conquistador y San Cristóbal.

5.- Radios de música selecta

Las radios pertenecientes a este grupo son: Andrés Bello, Beethoven, Universidad de Chile y Universidad de Santiago.

A pesar de dirigirse a auditores relativamente específicos y contar con una lealtad de audición bastante alta, esto no se traduce en un cambio de modelo de la radio-tocadisco. Por ser empresas comerciales, se rehusan al riesgo que implicaría introducir otro tipo de programas, que atendieran a otras necesidades de audición -aparte de la musical- de sus propios públicos.

Consideran que su característica musical, sumada a la segmentación de los auditores del dial FM, es la causa de su éxito financiero. Si bien el publicista no recurre a ellas para productos masivos, las utiliza con mucha frecuencia cuando requiere dirigirse a grupos objetivos reducidos. De hecho el incremento de inversión publicitaria que se observa en el sistema radial desde 1984 (72), está volcado en gran medida hacia las radios FM.

(72) Ver Cuadro N. 1, Capítulo IV.

Las emisoras universitarias por su parte, que no dependen del financiamiento comercial, serían las únicas en el actual sistema capaces de renovar este modelo, pero, tampoco lo realizan (73). El ser financiadas por sus respectivas universidades, las libera de la necesidad de competir con el resto del dial. Poseen además una infraestructura, en términos de recursos humanos, al interior de cada universidad, que les permitiría realizar una programación diferente y de verdadera extensión del quehacer universitario hacia el resto de la comunidad. La Universidad de Chile, por ejemplo, podría realizar radioteatros con los alumnos de la Escuela de Teatro, o dar espacios a los alumnos de periodismo, desafiándolos a crear nuevas concepciones programáticas, etc. La universidad cuenta con importantes recursos humanos en las áreas artística, humanista y científica, a los que se podría estimular su capacidad creadora y expresiva a través de la radio.

-
- (73) En la radio Universidad de Santiago, la gran mayoría de los programas son musicales: 41,7% música popular (comedias musicales, éxitos del momento), 41,8% música selecta y 2,8% música folklórica, lo que suma un 86,3% de la programación. El resto, es decir, programas sobre arte y cultura, ciencia y tecnología, provienen mayoritariamente del extranjero (BBC, RAI, VOA, Radios Alemania, Nederland y Francia). La radio Universidad de Chile acentúa la transmisión de música selecta a un 93,2% de la programación total; la música popular (zarzuelas por ejemplo) y la folklórica representan un 1,6% y un 1,94% respectivamente. Esto significa un 96,8% netamente musical. Ambas emisoras, que se definen a sí mismas como culturales, limitan la acepción de este concepto a sus expresiones más tradicionales, al mismo tiempo que excluyen otras manifestaciones
..... Con:

La razón por la cual estas emisoras no se plantean un modelo radial más complejo, atiende tanto a la influencia que ejercen los modelos ya "probados" por el medio, como al proyecto universitario de las autoridades designadas por el Gobierno.

(73) Cont.

de la cultura popular, reforzando la brecha existente entre las instituciones que representan y el resto de la sociedad.

C A P I T U L O I I I

EJEMPLOS DE MODELOS RADIALES

A través de este capítulo, intentamos presentar una breve muestra de las prácticas comunicacionales de seis emisoras que, por distintos motivos, están desarrollando papeles de relevancia en el panorama radial chileno. Se trata de Radio Portales, Radio Cooperativa, Radio Chilena, Radio Minería, Radio Santiago y Radio Estrella del Mar. (74)

La primera es una emisora "histórica", que desde hace veinte años se mantiene en los primeros lugares de la sintonía. Es una radio "popular", que apoyó tres gobiernos sucesivos, a través de los cuales siguió con un modelo comunicacional casi idéntico.

La segunda, es considerada la radio de oposición política y, por lo tanto, la radio "alternativa". Durante los últimos cinco años fue adquiriendo importancia con el aumento de la disidencia y de las manifestaciones de protesta contra el actual régimen.

(74) La programación de radios Portales, Cooperativa, Chilena, Minería y Santiago se presenta en el anexo N. 5.

Radio Chilena, es una emisora que hasta 1973, su vinculación con la Iglesia era virtualmente desconocida. Desde entonces, se ha convertido en el portavoz de la posición de la Iglesia, bajo el lema: "La voz de los sin voz".

El interés en Radio Minería, radica no sólo en su trayectoria histórica, sino más bien, en su actual condición de emisora intervenida estatalmente, a través de la Comisión que liquida y administra los bienes del grupo económico propietario.

Radio Santiago, por su parte, es una emisora que ha sufrido la evolución inversa a la de Radio Cooperativa: hasta el momento de la "apertura política" mantenía un alto porcentaje de la sintonía, situación que se invertió desde entonces, fruto de la efervescencia del acontecer político, que desvió la sintonía hacia emisoras que respondieron reforzando la función noticiosa-informativa y ampliando la gama de representación de actores sociales y políticos.

Radio Estrella del Mar se encuentra en Ancud (Chiloé), y esto ya es suficiente para despertar el interés. Pero, además de la ubicación geográfica, esta emisora presenta características que la hacen muy novedosa en el panorama radial chileno. Sus objetivos están expresados en un documento de la Fundación para el Desarrollo de Chiloé (FUNDECHI).

"FUNDECHI partió de la concepción que la vulneración de los derechos humanos es la consecuencia de un sistema opresivo que afecta al conjunto de la sociedad chilena, y no el resultado de acciones específicas de represión o abusos de poder que afectan a un grupo de personas.

Hay un orden que opera sistemáticamente anulando conciencias, atemorizando, explotando, aislando, y reprimi

miendo. Frente a esta situación FUNDECHI abrió un espacio en la región a través de su Radio, contrapesando la televisión oficial (75), por su fomento a la organización campesina y apoyo a los sindicatos, por su acción directa de promoción y defensa de los derechos humanos".

Las páginas que siguen no pretenden ser exhaustivas de la compleja realidad de estas radios; simplemente, se trata de proponer algunos elementos de reflexión para llegar a consideraciones más amplias, que ya no se refirieran únicamente a las emisoras mencionadas.

3.1. RADIO COOPERATIVA: Una Máquina Perfecta

"Es verdad". Lo dijo Cooperativa.

Saber la verdad es su derecho.

Decirla es nuestro deber.

(Aviso Publicitario. Revista HOY N. 159).

(75) El único Canal de televisión que emite en la Región, es el Canal Estatal.

3.1.1. Propiedad

La radio pertenece a la Sociedad Anónima "Compañía Chilena de Comunicaciones"; cuyo directorio está compuesto principalmente por personas próximas o pertenecientes al partido Demócrata Cristiano.

Esta Compañía fue dueña de una vasta red de emisoras que se extendía por Antofagasta, La Serena, Valparaíso, Concepción, Temuco y Puerto Montt.

En 1978 el Gobierno caducó la concesión de la mayoría de estas emisoras provinciales. Hoy, la empresa está reducida a Santiago, Valparaíso y Temuco. Además, siete emisoras a lo largo del territorio transmiten los programas informativos y deportivos de Radio Cooperativa (existe un proyecto para ampliar el número a quince, cubriendo así todo el territorio nacional).

3.1.2. Formato

El actual formato de Radio Cooperativa fue diseñado en 1980, tras una grave crisis económica de la emisora que obligó a una redefinición global.

La clausura de Radio Balmaceda, en 1977, había dejado un espacio abierto que los gestores de Radio Cooperativa comprendieron que podían y debían asumir dada la proximidad política de ambas emisoras.

Ese mismo año, un riguroso estudio de mercado investigó varios aspectos del mundo radial del momento: la programación que ofrecían el resto de las emisoras; las demandas radiales no satisfechas; los gastos necesarios para hacer de Radio Cooperativa una emisora de seguro éxito comercial, pero sin traicionar el carácter informativo que era parte de su tradición histórica.

El modelo resultante fue expresión de esta exigencia: ser una radio comercial e informativa a la vez. (76)

Actualmente, la programación de Radio Cooperativa consiste en una serie continua de transmisiones musicales, interrumpida solamente por tres bloques noticiosos de una hora cada uno (el "Diario de Cooperativa", a las 7:30, 13:15 y 19:00 horas), y por los "flashes" noticiosos que cortan la columna musical a lo largo del día sin un horario preciso.

La suspensión de los informativos horarios, que habían sido adoptados por la mayoría de las emisoras en Chile y América Latina, constituyó una gran novedad, al implementarse, en 1980, el nuevo formato de Radio Cooperativa.

(76) Esta opción es fundamentada por Luis Ajenjo, gerente general de la emisora, en los siguientes términos: "No había ninguna otra posibilidad de financiamiento ya que la Ley de radiodifusión prohíbe recibir dinero del exterior y obtenerlo del interior era absolutamente imposible".

Esta nueva programación utiliza como uno de sus principales recursos el "elemento sorpresa": el público no sabe de antemano cuándo saldrá al aire el "flash" noticioso que lo informará sobre lo que está ocurriendo, lo que lo lleva a mantener su receptor en ese punto del dial.

Radio Cooperativa incorporó recientemente a su área informativa, el espacio "El Computador de Cooperativa". Consiste en la selección de un tema semanal, sobre el cual se entrevista a distintos estratos socioeconómicos. Los resultados de las opiniones vertidas sobre el tema, se presentan el día lunes al finalizar el noticiero matutino y el del mediodía. Durante el resto de la semana se entrevista a los diversos sectores involucrados, los que comentan sobre el resultado de la encuesta. Los temas son variados, pero siempre enmarcados dentro de la actualidad política, económica y social.

Una Radio enteramente Grabada

Los errores en Radio Cooperativa prácticamente no existen. "Todo está bien dicho, porque es imposible equivocarse; si te equivocas, lo grabas de nuevo". (77)

Cada elemento de la programación ha sido grabado, y el radio controlador cuenta con varias cintas. La música, las frases del locutor que introducen

(77) Luis Ajenjo, op. cit.

Las canciones, el "jingle" de la radio y, hasta, la señal horaria- que va combinando según un esquema minucioso y rígidamente prefijado.

El resultado es una radio "perfecta", en donde las voces en vivo están excluidas sin que haya espacio para la improvisación o lo inesperado.

Los factores que definieron esta opción por una radio enteramente grabada son, principalmente, tres:

a) Económico:

Este modelo de programación permite la eliminación del locutor en vivo, lo que significa un ahorro considerable en los gastos de producción: el mismo locutor puede grabar en pocas horas los textos de todo un día.

b) De calidad:

Una programación enteramente grabada permite mantener el control de todos aquellos factores que, finalmente, inciden en la imagen de calidad de la emisora.

c) De seguridad:

Los riesgos legales se reducen significativamente cuando todo lo que se emite es escuchado una segunda vez y puede ser corregido; y, cuando, por ejemplo, es posible revisar las entrevistas antes de transmitir las.

3.1.3. El Proyecto Político-Informativo

... No hay una orientación del medio, más bien nosotros pretendemos hacer de Radio Cooperativa lo que llamamos una radio nacional, donde tengan capacidad de expresarse todos los intereses políticos; todos los intereses sociales ... [Nosotros no nos definimos como una radio de oposición; nos definimos como una radio que dice todo lo que pasa ... Habitualmente yo sé que es definida como una radio de oposición, pero nosotros creemos que no es hacer oposición decir exactamente todas las cosas tal como ocurren, tal como pasan.

Creo que la gran diferencia de Radio Cooperativa respecto de los otros medios, es que aquí está presente una gran gama de noticias. Evidentemente, nos interesa destacar las actividades de la oposición, porque son las actividades que no son destacadas en los demás medios, y creemos que tenemos la obligación de cumplir con una misión en ese sentido". (78)

"La radio tiene como objetivo fundamental, por mandato de sus dueños, transformarse en un medio formador de opinión. Este objetivo se sitúa en el ámbito político en la medida en que aparece como una radio no incondicional del Gobierno, e independiente". (79)

(78) Luis Ajenjo, op. cit.

(79) Marcelo Zúñiga, Productor General.

3.2. RADIO PORTALES: La Primera por 20 años, durante
Tres Gobiernos

"En Radio Portales está permitido que usted viva su mañana con un hombre ... y su tarde con otro".

... "Una ágil programación que combina obras humanitarias, noticias, humor, y mucha entretenimiento".

(Aviso Publicitario)

sm
3.2.1. Propiedad

Radio Portales nació en Talca en 1956, y en Santiago en 1960, por obra de uno de los "padres" de la radiofonía chilena; Raúl Tarud. (80)

La propiedad de la radio pasó por muchas manos: perteneció a personas ligadas al Presidente Allende durante el período de la Unidad Popular; 20 días después del golpe militar, fue vendida a la Sociedad de Fomento Fabril. El Grupo Vial

(80) Raúl Tarud, su gerente general por casi 20 años, renunció en octubre de 1984. Fue sucedido brevemente por Herman Chadwick, y luego por Eduardo García.

compró una parte de las acciones, que, hasta hace unos años, estaban repartidas del siguiente modo: 33% Grupo Vial, 33% Sociedad de Fomento Fabril, 33% Grupo Matte. Ahora, la radio pertenece a un dueño mayoritario, Juan Eduardo Ibáñez, que además representa a un grupo de pequeños propietarios; con este último cambio, la radio se sitúa en la esfera de influencia de la Unión Demócrata Independiente (UDI). La Sociedad de Radio Portales además de obtener cobertura nacional, por medio de 20 emisoras que transmiten sus informativos, tiene la propiedad de Radio Alondra y Radio Carolina en Santiago, Radio Portales de Valparaíso, y está por lanzar una radio en Concepción.

3.2.2. Formato

El formato de Radio Portales se mantiene más o menos inalterado desde hace 20 años: música con locutores en vivo en la mañana (hasta las 15:30 horas); luego un largo programa magazine, hasta las 20:15 horas, con escasa música (alrededor de cuatro discos); en las primeras horas de la mañana, a mediodía y en la noche se incluyen tres programas informativos modulares.

La programación de Radio Portales es continuamente puesta a prueba a través de un departamento interno compuesto de diez personas, más dos inspectores de terreno y un director.

Este departamento asegura visitar 800 hogares diarios, de los cuales más o menos un 15% corresponde al sector alto, un 39% al medio y el resto al popular.

De los 12 meses del año, uno se dedica a investigar el gusto musical; otro, a los animadores de la radio; otro, a los programas humorísticos ... Además, se hacen encuestas sobre lo que los entrevistados quisieran que la radio transmitiera, qué es lo que no gusta actualmente, etc.

Las principales características de la programación de Radio Portales pueden ser deducidas del programa-magazine "Portaleando en la Tarde": un conductor y nueve colaboradores alternan conversaciones sobre los más diversos temas -medicina, educación de los hijos, testimonios ...- con algunas intervenciones estables tales como las de un reportero policial, de un experto en espectáculos o de los periodistas que preparan los noticieros; llamadas telefónicas de los auditores piden consejos o ayuda.

Un ejemplo clave para hacerse una idea del "tono" de la radio, es el bloque "Un Alto en el Camino": todos los días un locutor recorre las comunas de Santiago regalando los productos que auspician el programa y realizando pequeñas entrevistas en la calle. Las personas seleccionadas generalmente pertenecen a estratos sociales medio-bajos y con frecuencia salen al aire situaciones dramáticas, tales como una madre que no tiene dinero para curar a algún hijo, un enfermo que necesita una silla de ruedas ... Las historias son siempre relatadas con detalles y testimonios dramáticos.

Así, el tono del programa, y de la radio en general, es coloquial-patético, con algunos momentos de "autoridad" cuando habla algún "experto", y corresponde a la imagen de servicio público que la radio intenta desarrollar.

Actualmente está en curso la realización de un proyecto que servirá, justamente, para responder

a las demandas de las 500 personas que diariamente se ponen en contacto directo con la emisora (81) → a través de cartas, llamadas telefónicas, o asistiendo a los estudios- : se trata de un gran edificio frente al establecimiento de la radio donde visitadoras sociales, médicos o abogados, entregarán asistencia gratuita.

"Yo creo que es una obligación como medio de comunicación servir a la comunidad ... en el fondo, los servicios públicos no siempre pueden ayudarla". (82)

3.2.3. El Proyecto Político-Informativo:
Una Objetividad Protegida

"Nosotros pensamos que al auditor hay que darle toda la información, pero el esquema lo aplico yo, que conozco casi todo el mundo. Conozco 94

(81) Aunque no se puede negar la gran capacidad de movilización de esta radio, hay que subrayar que los actores sociales que la emisora hace aparecer, figuran sólo como protagonistas de casos trágicos, policiales, o pidiendo ayuda a través de la radio. Muy raramente estos "casos individuales" son situados en un contexto más amplio político, social y cultural.

(82) Raúl Tarud, op. cit.

países; entonces, cuando me dicen que el Presidente se compró el Melocotón, voy al Melocotón y miro la casa, entonces en mi programa digo que yo conozco la casa del Jefe de la policía de México, y que la casa que tiene Pinochet parece la casa de una favella de Río de Janeiro, o la casa de un poblador de Santiago, de un obrero, al lado de la que tiene el Jefe de la policía mexicana -por no decir las casas de un actor de Hollywood- que no es el Presidente de la República".
(83)

"La gente busca un informativo serio, en el sentido de que se diga la verdad; que no se mienta. A la gente le molesta una radio comprometida políticamente. En las situaciones conflictivas se cuenta el hecho mismo, se dan las dos versiones, decimos: "este es el hecho; esto es lo que opina un sector, esto lo que opina el otro" ... Entonces dejamos al auditorio que piense objetivamente sobre lo que pasó.

Esta radio, en el fondo, destaca mucho las cosas positivas de este gobierno, pero, a su vez, habla también de los hechos que llegan a través de testimonios de otros sectores. O sea, insisto, somos objetivos, damos todas las noticias. No opinamos porque aquí informamos y nada más". (84)

Como una manera de confirmar la aseveración que "la gente no quiere una radio comprometida políticamente", el gestor relata el siguiente ejemplo: En los meses que comenzó la "apertura política";

(83) Vicente Pérez Zurita.

(84) Raúl Tarud, op. cit.

la radio contaba con 28 comentaristas, que tenían a su disposición tres minutos cada uno en los noticieros. De ese total, ocho eran no oficialistas y veinte partidarios del Gobierno. Las encuestas de audiencia resaltaron que estos comentarios no gustaban a los auditores y que fue, justamente, en este período que se produjo el avance de Radio Cooperativa.

"El público decía lo siguiente: "No nos gustan porque están defendiendo al Gobierno, están comprometidos, no son serios" (85). Se produjo, entonces, un conflicto entre la línea política de los propietarios -que, precisamente, en este período entraba en la esfera de influencia de la UDI- y las preferencias declaradas de la audiencia.

La solución fue eliminar los comentarios políticos; decisión definida como técnica: "Yo siempre tuve una duda ... que la radio es información y no comentario. Para el comentario y el análisis está la televisión, y, con mayor razón, la prensa. Entonces, fue un error; estábamos en contra de la naturaleza de lo que es la radio". (86)

Los objetivos de la radio son definidos en los siguientes términos: "Yo pienso que Radio Portalés cumple plenamente los objetivos que un medio de comunicación debe tener: entretener, educar,

(85) Raúl Tarud.

(86) Ibid.

informar, servir a la comunidad, proyectar una imagen externa".

"Entretenemos con los programas humorísticos, los chistes, la alegría".

"Para educar tenemos un programa específico, "Saludando la Noche", con una persona que durante toda la noche trata diferentes temas con psicólogos, profesores, médicos, etc." (87)

En lo que se refiere a la información, el Departamento de Prensa está estructurado "de acuerdo a los sectores que nosotros cubrimos, y que son, en orden de importancia, los siguientes: el Palacio de la Moneda, el político, el policial, el laboral, los Tribunales, la Iglesia, la economía, luego el sector cultural que tiene menos importancia y funciona poco, principalmente con grandes eventos como la visita de Arrau o la venida de alguien ilustre". (88)

Las fuentes de información son igualmente muy institucionales: para la política, las sedes de los organismos políticos y sus comunicados de prensa; para el sector laboral, el Ministerio del Trabajo y las sedes de los Sindicatos; para la Iglesia, la sede del Arzobispado, el Departamento de Opinión Pública del Episcopado, y, eventualmente las Vicarías.

(87) Raúl Tarud.

(88) Vicente Pérez Zurita.

Si se habla de la "democracia protegida", entonces podemos hablar también de una "objetividad protegida": "El programa (89) en cuanto a programa no toma posición; tal vez la posición se toma a través de los invitados, es decir, yo no voy a traer a una persona al programa ni una ni dos, que estén a favor del aborto". (90)

Frente a los temas más "candentes", la posición que la radio expresa es la del directorio que, a su vez, "responde a la opinión de los dueños ... Yo diría que hay un enfoque católico, humanista, conservador". (91)

Respecto de los temas explícitamente políticos -Ley antiterrorista, etc.- señala: "En este momento el directorio está abierto a todas las corrientes políticas, con excepción tal vez del marxismo. En el caso de la Ley de los partidos, por ejemplo, los invitados eran un demócrata cristiano, porque es un partido grande, por la derecha uno o dos invitados, y uno de la Democracia Radical y un Social Demócrata. En el caso de la Ley antiterrorista el programa tuvo un enfoque distinto porque en Chile la discusión se centró en los aspectos constitucionales. Entonces invitamos a dos personas, uno de la UDI, que

(89) "La Gran Encuesta", programa semanal que organiza discusiones sobre diversos temas de relevancia nacional.

(90) Vicente Pérez Zurita.

(91) Ibid.

fue el presidente de la Comisión del Consejo de Estado que elaboró la Ley, y otra persona, que no estuviera contraria, en cuanto el directorio de la radio está en favor de la Ley, pero, que sí fuese crítica". (92)

"La radio no tiene, desde el punto de vista de la información, una conducción política, porque es de ideas amplias, es objetiva hasta donde se puede ser objetivos, por ejemplo, mientras se considera al marxismo fuera de toda la actividad política, él no va a seguir haciendo noticia en Chile, y nosotros damos muchas noticias de ellos ... Yo diría que en lo que sí tiene una posición, es la posición de apoyo al Gobierno crítica". (93)

3.3. RADIO CHILENA

3.3.1. Propiedad

Radio Chilena es la primera radio de Chile. Nace en octubre de 1922, como Chile Radio Company, y se la conoce como Radio Chilena desde el 26 de marzo de 1923, fecha en que inició sus transmisiones.

(92) Vicente Pérez Zurita.

(93) Ibid.

Hasta el año 1955, la radio tuvo diversos propietarios. En ese año fue donada a la Fundación Cardenal Caro, constituyéndose así en la primera emisora de la Iglesia.

En 1978, el Cardenal Silva Henríquez, decidió que la Iglesia ya no podía solventar el gasto económico que la radio involucraba, traspasando la mitad de las acciones del Arzobispado de Santiago a la Congregación Salesiana, a fin de que la administrara. La emisora deja así de recibir la subvención de la Iglesia y debe convertirse en una radio comercial.

Actualmente el directorio de la radio está compuesto por dos representantes de la Congregación Salesiana (uno de los cuales cumple las funciones de presidente) y dos representantes del Arzobispado de Santiago.

3.3.2. Formato

Desde 1978, la tarea de la Congregación Salesiana fue desarrollar una política de autofinanciamiento. Para atraer el financiamiento de la empresa privada, consideraron necesario cambiar la imagen de la radio.

La creación de esta imagen implicaba la integración de nuevos programas y una variación en la línea informativa.

El gran cambio programático fue la integración de programas deportivos. Guillermo Hormazábal, su gerente general, señala: "Para el equipo anterior al '78, el deporte era una tontera, una

cuestión de span y circo más o menos; desde el punto de vista político, no íbamos a drogarnos al pueblo ...; aquí lo que interesaba eran los derechos humanos y la cosa política, y nada más". (94)

Más tarde vino la gran "hecatombe" en el Departamento de Prensa. Se despidió a todos los periodistas, salvo dos. Hasta ese momento, la radio había sido muy radical en su línea informativa. La nueva administración deseaba un medio más "serio y objetivo", que "no se preocupara sólo de hacer política sino también de gestionar una radio más de Iglesia".

El tercer paso hacia el mejoramiento de la situación financiera se dio en diciembre de 1982, con la creación de la emisora Aurora FM (programación totalmente musical). Sus estudios se instalaron en el antiguo auditorio para programas en vivo de Radio Chilena. Aurora FM ha tenido un gran éxito comercial, y representa la fórmula económica que permitió a Radio Chilena seguir existiendo.

Por último, en 1982, se inició la conexión vía ENTEL, estableciéndose el enlace con Radio Presidente Ibáñez de Punta Arenas. Hoy, la radio se enlaza con otras 14 emisoras, de Arica a Punta Arenas. Este avance tecnológico implicó, primero, "llevar la voz de la Iglesia, el pensamiento de la Iglesia a todo el país", y, segun-

(94) De aquí en adelante, todas las citas sobre Radio Chilena, corresponden a Guillermo Hormazábal.

do, mejorar la imagen de la radio.

La estructura de la programación de Radio Chilena busca fundamentalmente cumplir funciones de información, entretención y formación, y está dirigida a un público entre 25 y 50 años.

El área informativa consta de tres noticieros de larga duración, informativos horarios, y "flashes" noticiosos. Para la radio, "en cualquier momento la noticia tiene preferencia sobre el resto de la programación".

El área de entretención está íntimamente ligada con la inquietud formativa de la radio; labor formativa que desarrollan a través de las problemáticas que introducen en los bloques musicales: conflictos familiares y juveniles; "hábitos de conducta", relaciones generacionales, el problema de la información sexual, etc.

La emisora transmite además algunos programas de características menos masivas. Estos son producidos por la Asociación de Radiodifusoras Católicas (ARCA) o por Producciones Musicales Salesianas (PROMUSA). Uno de estos programas es "Folklorísimo", dedicado a la religiosidad popular, costumbres y leyendas campesinas. A raíz del Año Internacional de la Juventud, se transmite también "Tu Sintonía", un programa de conversación dirigido a jóvenes de educación media y universitaria (95). Entre estos programas específicos, se encuentran, además, algunos eminentemente religiosos.

(95) "Folklorísimo" se distribuye a 30 emisoras a lo largo del país, y "Tu Sintonía", a 23.

En resumen, entre los criterios que definen la programación, está muy presente el hecho de ser una radio de Iglesia: "Tenemos que ser fieles al pensamiento de la Iglesia, de la Iglesia local, de la Iglesia universal, lo que quiere y lo que pretende la Iglesia de nosotros. Frente a eso, no debemos dejar de lado lo que es un medio de comunicación, que es, también, servicio; siempre estamos entregando el servicio que podemos. Tratamos de hacer una programación con estos mismos valores ..., y, lo más que se pueda, horizontal, con el objeto de que la gente también sienta que este medio es como un vocero de ellos; que ellos pueden hablar, y ellos hablan directamente".

No obstante, es imposible olvidar el hecho que la emisora está inserta en un sistema radial en que sin financiamiento, no se subsiste. La radio, en diciembre de 1984, logró llegar al tercer lugar de la sintonía, después de 14 años (96). "Tenemos que estar peleando por la sintonía y tenemos que estar subiendo, y para eso debemos hacer buenas cosas en prensa, en deporte, en música, en animación; tenemos que lograr que la gente nos escuche, ¿y cómo lo logramos?, con buenos programas, con premios, con todas las reglas, todas las armas que da esta radio comercial".

(96) Radio Chilena vivió su época de oro durante la década del 60, estando entre las primeras sintonías entre 1962 y 1968. En esta época, la radio se dedicó a la "Nueva Ola" y contaba con numerosos programas en vivo, en los que actuaron todos los famosos de la época. Durante ese período la radio se financiaba plenamente; se compró el piso en que se encuentran hoy, y se renovaron to -
..... cont.

3.3.3. El Proyecto Político-Informativo

"Esta radio no es de oposición, no puede ser de oposición, porque es una radio de Iglesia. Que tiene una postura crítica, la tiene; pero, la Iglesia no se sitúa en la oposición, es otro su papel. Somos críticos, estamos al lado de la gente que sufre ..., porque nos compete, si eso la gente cree que es oposición, perfecto! .., y, por supuesto, para el Gobierno, somos de oposición".

Así define Guillermo Hormazábal la opción político-informativa de Radio Chilena. Una radio que hasta 1973, un escaso número de personas la relacionaba con la Iglesia.

"Del '73 para adelante, por la situación que se empezó a vivir en el país .., la Iglesia quedó como el único interlocutor válido frente al Gobierno, al desaparecer partidos, gremios, y todos los demás. La Iglesia también necesitó un medio que expresara lo que estaba sintiendo ..., ahí sí que esta radio tuvo la marca del Arzobispo de Santiago, la marca del Cardenal".

(96) Cont.

dos sus equipos. El descenso comenzó en 1968, a raíz del auge de la televisión, que desplazó al fuerte de la radio, es decir, los programas en vivo.

A partir de 1978, la imagen deseada por la nueva administración de la Congregación Salesiana, involucraba un cambio radical en el área informativa. En este plano, se aspiraba a proyectar una línea noticiosa "seria, objetiva y pluralista". Se produjo el cambio del personal periodístico. Se amplió la cobertura noticiosa a diferentes sectores; por ejemplo, se asignó un periodista especial para cubrir La Moneda, que antes no existía. Esta línea se mantiene hasta hoy, con una preocupación por presentar las opiniones de los distintos sectores políticos y sociales.

La opción informativa que ha adoptado la radio es "la misma opción que tiene la Iglesia Católica. Si la Iglesia Católica, sin ser excluyente, privilegia los pobres, en el buen sentido de la palabra, nosotros aquí, privilegiamos la información sindical, la de los sectores más marginados, todo el asunto de los derechos humanos ... nos parece algo fundamental, y buscamos dar representatividad sin sectarismos, a todos los sectores ... En definitiva, tal como lo busca la Iglesia, buscamos la existencia de un sistema democrático dentro del país".

Su opción informativa, le ha significado estar en un alerta continuo respecto de la censura. En 1984, Radio Chilena fue censurada dos veces. Primero el 4 de septiembre, día de protesta en que la radio fue interferida. Luego, nuevamente en octubre, a raíz de un comentario del Jefe de Prensa en que mencionaba que el General Matthei habría renunciado, hecho que fue calificado como crear alarma pública por el Gobierno. En ambas ocasiones, durante el período de la censura, no se les permitió transmitir información alguna, excepto, los comunicados oficiales del Gobierno.

Para la dirección de la radio, la mayor preocupación es que la emisora no sea clausurada: "creemos que es un medio bastante importante, que hay

que tenerlo abierto, pese a que de repente, se habrá de retener, y no decir ciertas cosas, pero, lo más importante es que no sea cerrado".

3.4. RADIO MINERIA: "Libertad dentro del Orden"

3.4.1. Propiedad

Radio Minería nace en 1940 como Radio Metro. Un año más tarde, adopta su nombre actual, expresando así su vinculación patrimonial con el sector minero. Este sector mantiene la totalidad de su propiedad hasta 1966, año en que se vende gran parte de sus acciones, ampliándose a otros sectores empresariales.

Actualmente, la emisora agrupa a radios Minería de Santiago, Antofagasta, Viña del Mar y Punta Arenas. Este año estará también en el aire una emisora en Temuco. Además, la empresa posee radio Galaxia FM de Santiago y Viña del Mar.

La propiedad formal de la empresa Radio Minería S. A., corresponde al grupo Cruzat-Larraín. En los hechos, la radio se encuentra intervenida por la "Comisión Liquidadora y Administradora del Conglomerado Forestal", nombrada por el Ministerio de Hacienda y la Superintendencia de Bancos y Financieras. Esta intervención conllevó cambios de directorio, gerente general, director responsable y jefe de prensa.

El actual directorio está compuesto por Alfredo Moreno Charne (Presidente), Mario Arnello, Hermógenes Pérez de Arce, Gregorio Amunátegui y Víctor Bunster (97). El presidente del directorio es quien asumió la dirección de la radio, al eliminarse recientemente el cargo de gerente general.

3.4.2. Formato

Radio Minería presenta en su programación elementos similares a los de Radio Portales. Sin embargo, su público objetivo es diferente; es decir, está principalmente orientada a estratos altos y medios. Gestores de la emisora la han definido como "El Mercurio" (98) de la radiofonía.

(97) Arnello, Pérez de Arce y Amunátegui son ex diputados del Partido Nacional. Bunster representa al grupo Cruzat-Larraín en el directorio; el grupo a su vez está representado por Manuel Cruzat en la Comisión Liquidadora.

(98) El periódico decano de la prensa escrita, dirigido a público alto y medio, y con un estilo "selecto".

El bloque matinal, fundamentalmente dirigido a la dueña de casa, consta de música, horóscopo y predicciones, y un radioteatro humorístico: "Radiotanda", programa de larga trayectoria en la emisora.

El bloque de la tarde se amplía además al público masculino; mantiene los elementos musicales y humorísticos y agrega un programa deportivo.

El bloque nocturno consta de dos programas musicales.

La participación del público está definida, una vez más, a través de las llamadas telefónicas. De hecho uno de los programas nocturnos, "Discofono", de orientación popular, se basa en los pedidos del público.

La estructura de la programación informativa consta de tres noticieros de larga duración, "El Correo de Minería", y un resumen a medianoche. Además presentan informativos horarios a lo largo del día.

3.4.3. El Proyecto Político-Informativo

Germán Gamonal, Jefe de Prensa y Director Responsable (99) de Radio Minería, comenta que, si bien

(99) Todas las citas de esta sección corresponden a Germán Gamonal. Su trayectoria periodística ha Cont.

la emisora cumple funciones de entretención e información, su característica fundamental es la noticia. Define, además, a la clase media como el público objetivo del área informativa.

Con el estrato medio en mente, la imagen que de-
sean proyectar es la de una radio: "Ponderada,
medrada y seria. Una radio que se caracteriza
por su información, que da credibilidad; no so-
mos espectaculares".

Considera que, en general, no obstante la res-
tricción de la noticia política (100), la infor-
mación radial se ha ampliado enormemente en los
últimos quince años. Por un lado, el flujo de
noticias es cada vez mayor, y, por otro, los te-
mas a cubrir son también más numerosos. Temas
que siempre han existido, pero que, sin embargo,
la demanda por parte del receptor es reciente,
por ejemplo, "la ecología, la fertilización in
vitro, la juventud, la soledad, la ancianidad".
(101)

(99) Cont.
girado en torno al ámbito político, como reporte
ro y comentarista de diversas radios y diarios.

(100) En 1983, durante "la "apertura política", el anti-
guo programa "Tribuna Política", conocido a tra-
vés de Luis Hernández Parker, volvió al aire.
Actualmente se encuentra suspendido desde la im-
plantación del Estado de Sitio; argumenta que,
"queremos que se haga cuando participen todas
las corrientes de opinión ..., y cuando se aclare
más cuál es el concepto político partidista".

(101) La mayoría de estos temas son tratados en progra-
mas periodísticos especiales, transmitidos los
días sábados.

Respecto del mayor flujo de información, señala que se hace necesario ampliar cada vez más el personal periodístico, para realizar la tarea de selección de la información (102). Recalca que, el proceso de selección no significa "darle al público tan sólo lo que quiere, sino lo que debe saber".

En este proceso de selección, el criterio imperante, según él, es informar "de todo lo que es permitido informar; de lo que no es permitido, no informamos, porque nosotros somos muy respetuosos de la ley, aunque a veces estemos discrepando con ella. Por ejemplo, en política, aceptamos lo que dice la ley, muchas veces discrepamos, pero la aceptamos y la respetamos, porque esta radio es 'libertad dentro del orden'".

(102) El Departamento de Prensa cuenta con 18 periodistas. Además, mantienen corresponsales propios en las ciudades importantes del país. Reciben también, noticias de las agencias AFP, UPI, ORBE, DPA y Sinjua.

3.5. RADIO SANTIAGO

3.5.1. Propiedad

La propiedad de Radio Santiago representa en su organicidad a dos colectividades políticas distintas, en dos momentos diferentes. Inicialmente pertenecía a una sociedad de personas, constituida por Ruperto Vergara y Jorge Prat, a través de los cuales se vincula al Partido Nacional.

En 1968, venden sus acciones y la emisora se convierte en sociedad anónima, formada por accionistas ligados a la Democracia Cristiana. Desde entonces, se observan sucesivos cambios en la nómina de los accionistas, aunque la vinculación política sigue siendo la misma.

3.5.2. Formato

La imagen que la emisora proyecta es la de una radio bastante estable. Su gerente general, Oscar Contreras (103), comenta que, a pesar de sufrir diversos cambios de propiedad, la emisora se ha caracterizado siempre por contar con un directorio católico. Su estabilidad se refleja también en su personal y línea programática. "El Show de las Noticias", por ejemplo, está en

(103) Todas las citas sobre Radio Santiago, corresponden a Oscar Contreras, su gerente general.

el aire desde 1968. La Misa de Lourdes, otro programa característico de la radio, se transmite desde hace treinta años. Cada cierto tiempo se realizan alteraciones en los géneros musicales, pero se mantienen los mismos locutores, cambiándolos de programa. Lo mismo ocurre con el personal periodístico.

La radio está principalmente dirigida a sectores medios y populares. Respecto de los criterios para definir la programación, señala que, las decisiones las toman basándose fundamentalmente en "la respuesta de nuestros auditores, conocida a través de las encuestas, Testmerc y Gallup. Nosotros tenemos también nuestra propia forma de comprobar la sintonía; que es la correspondencia; es un indicador impresionante, ello nos indica más o menos cuál va a ser nuestra sintonía en las encuestas".

La línea programática es básicamente de entretenimiento e información. La orientación es masiva; su programación no cuenta con espacios para públicos específicos.

En el área de entretención se cuentan programas de animación y música, fundamentalmente en castellano, y especiales dedicados a un cantante el día domingo. Durante la semana, los espacios diarios musicales son seis, con un énfasis romántico. Estos se diferencian entre música del recuerdo y otros dedicados a los "éxitos" del momento, complementados con noticias del mundo del espectáculo.

En el bloque matinal, transmiten además, un radioteatro llamado "Historias de la Vida Real", preparado en base a la correspondencia que recibe la mentalista "Shara".

Finalmente, en el área deportiva, no realizan transmisiones directas, sólo comentarios e información.

3.5.3. El Proyecto Político-Informativo

El área informativa consta de tres bloques noticiosos de larga duración, llamado "El Show de las Noticias", donde la información se entrega humorísticamente, razón por la cual, las principales noticias provienen de los ámbitos político, policial y deportivo.

Previo a cada uno de estos bloques, se presenta un pequeño resumen de las noticias (esta vez en serio). Además, transmiten noticieros horarios de tres minutos de duración. El Departamento de Prensa es definido como "bastante modesto", sólo con seis periodistas, dos de los cuales están dedicados a los informativos horarios.

Consideran que el hecho de contar con un modesto Departamento de Prensa y la carencia de financiamiento para ampliarlo, les ha significado una pérdida importante de sintonía desde la "apertura política", momento en que se incrementó la demanda que los auditores hacían del área informativa. Argumentan que, por problemas de recursos, la radio no pudo responder a estas demandas. De hecho, Radio Santiago, mantuvo segunda sintonía desde 1975 hasta fines de 1983. En la encuesta del mes de abril de 1985, se encontraban en quinto lugar. (104)

En lo que difiere Radio Santiago de las demás emisoras presentadas, es en el hecho de no enlazarse con otras radios, ni por el aire, ni por microonda.

En suma, Radio Santiago se podría definir como una emisora poco ambiciosa. Esto se refleja en sus expectativas tecnológicas, financieras (105) y programáticas. Si bien en el área informativa, su enfrentamiento en estilo humorístico, le ha permitido un tratamiento especial de la noticia política, su opción es moderada en cuanto a tópicos a tratar, al mismo tiempo que no centra su atención sólo en esta área. (106)

-
- (104) El depender en un 100% de la inversión publicitaria, y ésta a su vez al estar fuertemente orientada por las encuestas, el bajar en sintonía significa que "existiendo menores recursos, menos innovaciones se pueden ir haciendo, todos los cambios significan inversión"; por lo que se ve que, al bajar en sintonía, las radios entran prácticamente en un círculo vicioso.
 - (105) En 1981, la radio renovó todo su equipo electrónico, desde equipos de transmisión hasta grabadoras. Sin embargo, al estilo de la radio: un buen equipo, pero, no el más caro del mercado. Esto les permite decir hoy en día: "con mucho orgullo, que la radio tiene una situación financiera sana. Yo creo que pocas radios pueden decirlo".
 - (106) Giselle Munizaga y Gonzalo de la Maza, op. cit., plantean que "el hecho de que en esta radio no se haya tomado ninguna orientación abiertamente no-oficialista, en ninguno de sus programas, se explica por el deseo de guardarla como una 'reserva' en caso de necesidad". Página 57.

3.6. RADIO ESTRELLA DEL MAR DE CHILOE

"En una atmósfera de terror social a consecuencias del Golpe de Estado y sus secuelas ... asumimos la tarea de abrir espacios..."

(Memoria Proyecto FUNDECHI)

3.6.1. Propiedad

La radio pertenece a la Fundación para el Desarrollo de Chiloé (FUNDECHI).

La Fundación nació en 1976 por voluntad del Obispo de Chiloé, Monseñor Juan Luis Yserm.

Desde entonces FUNDECHI ha cumplido labores en el área de la promoción y apoyo a campesinos, pescadores y organizaciones de base (107) y ha desarrollado tareas de defensa del ambiente (108), del patrimonio cultural de la región y de defensa

-
- (107) Entre otros, FUNDECHI ha favorecido la formación de 27 comunidades campesinas de base, la creación de cooperativas de pescadores, y la constitución de tres sindicatos.
- (108) Es notable el episodio del "Proyecto Astillas de Chiloé" cuando FUNDECHI logró, a través de la denuncia en Naciones Unidas y la sensibilización de la opinión pública nacional y extranjera, parar un plan de explotación y destrucción de los bosques de Chiloé por parte de empresas Japonesas.

de los derechos humanos. (109)

3.6.2. Formato

Radio Estrella del Mar nace el año 1982, después de un período de experimentación que dura varios meses.

Actualmente, la emisora lanza al aire una programación en parte autoproducida, y el resto en cadena con Radio Chilena y Radio Cooperativa. El enlace se realiza particularmente con los noticieros, los que son complementados con información local, ya sea a través de un noticiero regional de 25 minutos, o a través de programas específicos.

Algunos de estos programas autoproducidos presentan indicios de una evolución interesante. El programa orientado a la mujer "Un intruso en su cocina", por ejemplo, nació estructurado en la clásica mezcla de recetas y música. Pero hubo intervenciones de parte de algunas mujeres (en particular una que estaba en el PEM) que solicitaron la apertura del programa a las inquietudes de la realidad.

(109) Por ejemplo, FUNDECHI pone un abogado a disposición de quienes lo requieran para hacer denuncias de violación de los derechos humanos, y hasta 1983 había prestado atención en ayuda solidaria y asesoría jurídica, a más de 63 relegados que han permanecido en Chiloé y zonas cercanas.

Lo mismo pasó con el programa juvenil "Mundo Joven", que terminó por introducir miniprogramas y reportajes a la programación musical. (110)

El sábado y el domingo la radio tiene una programación distinta, dedicando más tiempo a su función pastoral. Sin embargo, también en esta perspectiva permanece presente el compromiso con la situación social nacional, y de Chiloé en particular.

El día domingo, por ejemplo, salen al aire programas que analizan los hechos de la semana ("Buenos Días don Domingo"), o dedican espacios a tratar acontecimientos de actualidad o de relevancia ("Espacio Libre") (111), mientras el programa "Apuntes Culturales" destina una hora a noticias y comentarios de hechos de la cultura.

Sin embargo, el simple catastro de los programas, aunque interesante, no es suficiente para subrayar la función que Radio Estrella del Mar está desarrollando en Chiloé.

(110) Por ejemplo, un joven que vive en el exilio, en Bélgica, cuenta su situación; los jóvenes que forman parte del grupo de teatro presentan un testimonio, etc.

(111) Un programa, por ejemplo, fue realizado con la Comisión Nacional contra la Tortura, que había venido a Chiloé para visitar a relegados políticos.

De hecho, la radio es el único medio de comunicación para mucha gente que vive en pequeñas islas perdidas donde no llega el correo y donde la televisión estatal, cuando es recibida, no entrega ninguna información que tenga que ver con la vida cotidiana de este pueblo.

Así, Radio Estrella del Mar, a través de sus programas "Mensajero del Mar" y "Cambalache", que se transmiten todas las mañanas, llega a ser correo y un lugar de encuentro.

Hay que decir, además, que la emisora desarrolla su función de correo no sólo a través de los programas radiofónicos, sino que también directamente, recibiendo cartas y avisando por radio al destinatario que en la sede de la emisora hay una carta para él.

Esta tarea sirve, sin duda, para establecer vínculos más estrechos entre los auditores y la emisora, a la cual ellos se vuelcan no como a una voz abstracta en el aire, sino como a un servicio útil para la vida cotidiana.

Para terminar, hay que subrayar, en lo que se refiere a la programación musical, que ésta trata de enriquecer la música de amplio éxito con algunas informaciones; por ejemplo, la música mexicana está programada bajo el título "Conociendo México", y el programa va ligando los discos con un aspecto de la cultura y del pueblo mexicano. En "Chile tiene su música" y "Música Chilena nueva", está presente la preocupación de entregar a los auditores una música que sea más cercana a la cultura de origen de los Chilotes, frente a la programación masiva de música extranjera por parte de la mayoría de las emisoras del país. (112)

3.6.3. El Proyecto Político-Informativo:
Hacia una Radio Comunitaria

El proyecto informativo de Radio Estrella del Mar, no puede ser examinado sin tener en consideración el objetivo general de FUNDECHI, del cual la radio es expresión directa:

"... En 1976, la sociedad chilena estaba absolutamente dominada y controlada por el Gobierno Militar; existía una profunda y arraigada atmósfera de terror social, clima agudizado por la presencia omnipotente de una noticia secreta de características tan siniestras como la DINA.

"Dicha situación se presentaba en forma más aguda en provincias, donde el temor inhibía toda actividad independiente al régimen existente. En Chiloé, por el aislamiento, ello era aún peor. Sin embargo, la superación de este clima de terror y el papel que en esto podía cumplir una Institución de Iglesia en constante diálogo con el mundo, era fundamental.

-
- (112) Sería necesario una reflexión sobre el tan debatido problema música extranjera/música nacional. No es este el momento para debatir un tema que involucra ámbitos distintos; sólo nos interesa subrayar como la elección de música nacional -- "tout court" no soluciona el problema de una programación musical seleccionada. Además, hoy en día la televisión de hecho contribuye a que gustos y costumbres de otros países hagan parte viva (y a lo mejor inconscientemente) de la cultura nacional. Así el problema podría ser redefinido desde "música nacional o extranjera", a "cuál es la música que no tiene sólo un objetivo comercial y que desarrolla los valores de la creatividad", sea nacional o extranjera.

"Aquella función significaba, entre otros aspectos, asumir la tarea de abrir espacios para que pudieran iniciar una acción y expresarse con una mínima seguridad todos los sectores civiles democráticos. En este orden... se asumía lo que la Iglesia de Chile había predicado desde el mismo momento en que se interrumpió la institucionalidad democrática del país: el renacer del respeto a la dignidad humana, el reconocimiento del valor del trabajo, y el regreso a una plena democracia.

FUNDECHI asumió dicha interpelación" (113). Hubo que responder a muchas demandas sociales, que el aparato del Estado Militar no escuchaba, con distintas acciones y proyectos.

Pero es con la instalación de la Radio cuando este rol se maximiza. FUNDECHI concibió la instalación de un medio de comunicación masivo para dar continuidad a la tarea que se realizaba y directamente, para responder a esa exigencia que legítimamente hacía la comunidad, en el sentido de que sólo ella podía expresarlo fielmente y tenía a su alcance el espacio y el acceso a los medios para lograrlo.

"... La radio como expresión al alcance de las organizaciones de base y los sectores democráticos de Chiloé: se pretende que la radio exprese las inquietudes y problemas que tienen las comunidades de Chiloé. En este sentido la radio debe cumplir -con el debido equilibrio-, la función de medio de comunicación horizontal". (114)

(113) Memoria proyecto FUNDECHI.

(114) Memoria proyecto FUNDECHI.

En estas declaraciones de FUNDECHI, nos parece importante subrayar la atención que la institución pone en las exigencias de EXPRESIÓN de la comunidad para la cual trabaja la Radio. Muchas distintas emisoras, sin embargo, nos han hablado del derecho a la información que reconocen a los auditores, pero parece no ser muy reconocido el derecho a la expresión de las exigencias y opiniones de la comunidad a la cual la emisora se dirige. Esto es uno de los ámbitos problemáticos más importantes en la búsqueda de una comunicación democrática.

Con respecto de esto, el hecho mismo que Radio Estrella del Mar se haya planteado este objetivo, pone en segundo lugar el hecho que no siempre este resultado ha sido obtenido.

Sin embargo, muchas son las dificultades que obstaculizan el camino hacia esta difícil forma de comunicación. Entre otros, la falta de modelos cercanos que puedan ser referentes para el desarrollo de la Radio, y una formación profesional de los trabajadores -periodistas y locutores- que no se aleja de los esquemas tradicionales de "hacer radio".

Peró también en este sentido se pueden notar señales interesantes, como la organización por parte de FUNDECHI de algunos momentos de debate al interior de la radio sobre el desarrollo de la Emisora con la consultoría de expertos nacionales y extranjeros; y la demanda a un Centro de Investigación de un proyecto de desarrollo de la Radio justamente en un sentido más comunitario.

Todo esto significa una indudable tensión hacia la superación de aquellas concepciones y aque -

llos automatismos profesionales que, hasta ahora, pueden haber desalentado el pleno cumplimiento de los objetivos comunitarios de la radio. (115)

Además de esta función comunitaria, y por eso privilegiadamente local, Radio Estrella del Mar persigue el objetivo de ser "una verdadera alternativa noticiosa e informativa nacional y regional, en cuanto supla, aclare y desmienta la información parcial que recibe por los medios oficialistas -principalmente por la televisión- la comunidad de Chiloé". (116)

(115) En una Memoria de FUNDECHI se puede leer que "en el funcionamiento interno (de la Institución) ha habido una fuerte tendencia a la centralización de resoluciones y responsabilidades en la dirección ejecutiva. Las causas de este fenómeno pueden atribuirse a las anotadas debilidades de los equipos técnicos y, asimismo, a errores incurridos en la forma de concebir la dirección institucional". Nos parece interesante esta anotación porque nos remite al problema de la relación que existe entre la democraticidad de la organización interna de un medio, y la política democrática en el campo comunicacional que el medio intenta desarrollar. Se trata, sin embargo, de ámbitos muy entrelazados, por el hecho que la búsqueda de una comunicación democrática es una "vocación" que no debería encontrar "negaciones" al interior del medio mismo.

(116) Memoria proyecto FUNDECHI.

En Chiloé, llega sólo el Canal Nacional (Canal 7); la condición socioeconómica muy baja hace que para la mayoría de los habitantes sea un lujo innecesario comprar los diarios y la prensa en gene -

..... Cont.

Finalmente, en lo que se refiere a la posición política que la radio quiere asumir, nos parece oportuno citar la siguiente declaración de FUNDECHI (117): "La fundación, respecto al campo sociopolítico, debe guiar su acción en base a dos principios: por una parte, no debe asumir actuaciones u opciones partidarias; pero, por otro lado, su labor no debe tener un carácter neutro (118) o prescindente de los imperativos políticos que deben afrontar los cristianos. Ni ser neutral, ni perder la independencia de Institución de Iglesia.

Como institución de la Iglesia, debe hacer en Chile aportes reales a la recuperación de la democracia para Chile, más aún si su labor general se orienta a la desactivación de factores causales de violencia.

La fundación no puede ser indiferente a la circunstancia de que, si en Chile no se logra pronto la democracia, el país puede ser arrastrado a una lucha fratricida de consecuencias inimaginables".

(116) Cont.

ral. Esta situación de aislamiento informativo y cultural (no existe cinematógrafo) hace particularmente incisiva la información entregada por las fuentes oficialistas, y consecuentemente, de gran importancia la tarea desarrollada por la Ra dio.

(117) Memoria proyecto FUNDECHI.

(118) El subrayado no es del texto citado.

C A P I T U L O I V

LA PUBLICIDAD

4.1. Algunos Datos

No es muy fácil encontrar datos sobre la inversión publicitaria en radio que no presenten elementos contradictorios. Y esto, principalmente, por las características que definen el universo de la publicidad radial.

La primera gran fragmentación se verifica entre radios grandes y radios pequeñas: las primeras absorben las inversiones de los grandes avisadores nacionales y transnacionales, mientras a las segundas se vuelcan los pequeños empresarios, las tiendas, los restaurantes de barrio ... El precio exigido a cada "spot" marca la separación entre el avisador que puede permitirse un anuncio en una radio que ocupa los primeros lugares del "rating", y el que tiene que limitarse a las con "menos éxito".

Otro elemento de separación es la distinción entre las grandes radios urbanas y las radios de provincia, aunque el funcionamiento de numerosas cadenas radiales hace que se produzca, en algunos casos, una homogeneización publicitaria que supera las barreras geográficas y culturales.

Este breve cuadro, que nos muestra un universo de publicidad radial fragmentado, nos ayuda a comprender por qué existen diferencias tan sus -

tantivas acerca de este tema dependiendo de la fuente de que provenga la información.

Es decir, mientras el limitado número de canales televisivos, y la consiguiente concentración de los avisos publicitarios, hace que los datos sobre este tema presenten diferencias sin relevancia, las características de fragmentación del universo radial, en cambio, hace que cualquier investigación sobre su publicidad no pueda confiarse en un catastro efectivo del universo; generalmente se trata, más bien, de proyecciones ... y esto explica las diferencias a veces notables entre fuente y fuente.

Así, es relativamente fácil averiguar la suma de las inversiones que realizan por medios las agencias de publicidad, mientras sólo un análisis extremadamente minucioso podría describir la multitud de pequeños avisadores locales que escapan a investigaciones más genéricas. De este modo, las cifras pueden resultar bastante "flexibles" según el tipo de indagación que cada fuente hizo. Sin embargo, se puede afirmar que, en general, todos los datos sobre inversión publicitaria en radio están estimados en cifras relativamente inferiores a las reales.

De todas maneras, algunas tendencias aparecen evidentes a pesar del hecho de que las cifras presentadas en distintos estudios registran diferencias sistemáticas.

Por ejemplo: En un estudio realizado por Magnum 2001, la radio aparece en el tercer lugar de las inversiones, a gran distancia de la prensa y de la televisión. (Ver cuadros N. 2 y N. 4)

Sin embargo, al examinar la evolución durante los últimos 10 años, se observan fluctuaciones en el porcentaje de participación de la radio con respecto a los demás medios. (Véase cuadro N. 2)

Durante el período 1975-1977, se observa un crecimiento (8,66% - 8,49% y 9,74% respectivamente), situación que se invierte bruscamente a partir de 1978, año en que la radio baja a un 7,17%. Este descenso se mantiene hasta 1981, llegando a un 6,61%. A partir de 1982, se constata nuevamente un crecimiento sostenido, que culmina en 1984, con un 10,98% de la inversión total.

El auge que alcanza este medio en los últimos tiempos (los primeros signos aparecen en agosto de 1983), puede ser visto en el contexto de la importancia que la radio asume ante la efervescencia de la situación política: con la llamada "apertura" se reeditan los debates, y, sobre todo, la radio se convierte en el medio que más y mejor puede seguir los acontecimientos de las protestas y las manifestaciones.

La relevancia de este factor queda demostrado con la veloz alza en el rating de Radio Cooperativa durante los períodos de protesta. Naturalmente, a favor de la radio juega también el papel que la televisión chilena presta a los acontecimientos, con la costumbre sistemática de no dar espacio a las voces opositoras al régimen.

INVERSIONES PUBLICITARIAS EN LOS ULTIMOS 10 AÑOS

INVERSION EN U.F. POR MEDIOS

AÑO	TOTAL GRAL. U.F.	PRENSA U.F.	REVISTA U.F.	TELEVISION U.F.	RADIO U.F.	VIA PCA. U.F.	CINE U.F.
1975	1.367.200	812.650	53.050	357.100	118.400	14.000	12.000
1976	3.295.600	1.754.200	155.400	1.035.850	279.650	38.500	32.000
1977	6.141.000	2.946.300	333.900	2.070.250	598.300	114.250	78.000
1978	8.194.050	3.547.850	520.550	3.119.750	587.500	195.000	223.400
1979	9.111.050	4.036.350	636.450	3.417.950	574.500	224.250	221.550
1980	14.999.350	5.980.300	982.200	6.374.350	903.450	382.400	376.650
1981	25.660.000	10.154.350	1.542.050	11.053.200	1.696.900	631.500	582.000
1982	17.243.855	5.723.866	1.121.608	8.177.324	1.226.070	606.220	388.767
1983	12.766.660	4.144.821	737.149	6.421.226	896.430	272.116	294.918
1984	14.535.018	4.244.350	771.677	7.491.375	1.595.859	274.594	157.163

Fuente: "Informe Especial: 10 años de Publicidad en Chile". Magnum 2001 Ltda.

CUADRO N° 2

INVERSIONES PUBLICITARIAS EN LOS ULTIMOS 10 AÑOS

PARTICIPACION PROPORCIONAL POR MEDIOS

AÑO	TOTAL GRAL. %	PRENSA %	REVISTAS %	TELEVISION %	RADIO %	VIA PCA. %	CINE %
1975	100,00	59,44	03,88	26,12	08,66	01,02	00,88
1976	100,00	53,23	04,72	31,43	08,49	01,17	00,96
1977	100,00	47,98	05,44	33,71	09,74	01,86	01,27
1978	100,00	43,30	06,35	38,07	07,17	02,38	02,73
1979	100,00	44,30	06,99	37,51	06,31	02,46	02,43
1980	100,00	39,87	06,55	42,50	06,02	02,55	02,51
1981	100,00	39,57	06,01	43,08	06,61	02,46	02,27
1982	100,00	33,19	06,50	47,42	07,11	03,52	02,25
1983	100,00	32,47	05,77	50,30	07,02	02,13	02,31
1984	100,00	29,20	05,31	51,54	10,98	01,89	01,08

ANALISIS TOTAL GENERAL DE INVERSIONES PUBLICITARIAS 1984

PERIODO MENSUAL 1 9 8 4	VALOR U.F.TG	FACT.U.F. TOTAL	FACT.U.F. PRENSA	FACT.U.F. REVISTA	FACT.U.F. TELEVIS	FACT.U.F. RADIO	FACT.U.F. VIA PCA.	FACT.U.F. CINE
ENERO	1.830,89	920.300	314.444	47.029	415.377	93.256	23.776	26.418
FEBREO	1.841,88	805.581	249.056	42.337	380.519	83.475	23.776	26.418
MARZO	1.843,72	1.118.164	393.750	42.420	522.564	115.255	20.925	23.250
ABRIL	1.840,03	1.033.953	333.622	54.020	500.776	108.485	17.550	19.500
MAYO	1.886,03	1.128.671	332.646	65.722	582.620	121.620	19.965	6.098
JUNIO	1.914,32	1.151.668	351.009	65.580	559.843	148.728	20.363	6.145
JULIO	1.937,29	1.218.642	373.929	65.889	620.769	130.363	21.547	6.145
AGOSTO	1.982,47	1.247.132	339.693	62.921	676.059	137.957	22.051	8.451
SEPTIEMBRE	2.000,13	1.262.760	320.722	68.723	700.168	141.429	22.327	9.391
OCTUBRE	2.006,07	1.352.372	393.440	81.249	699.940	145.920	23.951	7.872
NOVIEMBRE	2.048,67	1.679.701	400.558	88.403	960.440	191.154	29.700	9.446
DICIEMBRE	2.011,25	1.616.114	441.481	87.364	872.300	178.217	28.703	8.029
TOTAL AÑO		14.535.058	4.244.350	771.677	7.491.375	1.595.859	274.634	157.163

Fuente: "Informe Especial: 10 años de Publicidad en Chile". Magnum 2001 Ltda.

CUADRO N°4

PORCENTAJE DE PARTICIPACION EN INVERSIONES PUBLICITARIAS POR MEDIOS 1984

PERIODO MENSUAL 1 9 8 4	FACT.U.F. TOTAL %	FACT.U.F. PRENSA %	FACT.U.F. REVISTA %	FACT.U.F. TELEVIS %	FACT.U.F. RADIO %	FACT.U.F. VIA PCA %	FACT.U.F. CINE %
ENERO	100,00	34,17	05,11	45,14	10,13	02,58	02,87
FEBRERO	100,00	30,92	05,26	47,24	10,36	02,95	03,27
MARZO	100,00	35,21	03,79	46,73	10,31	01,87	02,08
ABRIL	100,00	32,27	05,23	48,43	10,49	01,70	01,88
MAYO	100,00	29,47	05,82	51,62	10,78	01,77	00,54
JUNIO	100,00	30,48	05,69	48,61	12,91	01,78	00,53
JULIO	100,00	30,68	05,41	50,94	10,70	01,77	00,50
AGOSTO	100,00	27,24	05,05	54,21	11,06	01,76	00,68
SEPTIEMBRE	100,00	25,40	05,44	55,45	11,20	01,77	00,74
OCTUBRE	100,00	29,09	06,01	51,76	10,79	01,77	00,58
NOVIEMBRE	100,00	23,85	05,26	57,18	11,38	01,77	00,56
DICIEMBRE	100,00	27,32	05,40	53,97	11,03	01,78	00,50
ANUAL	100,00	29,20	05,31	51,54	10,98	01,89	01,08

4.2. ¿Existe una Publicidad Específicamente Radial en Chile?

Además de las consideraciones sobre los datos de la inversión, nos parece interesante observar algunas características específicas de la publicidad radial en Chile.

En general, la radio es usada como medio complementario: los recursos se orientan preferentemente hacia la televisión y la prensa; la radio es sólo un medio "adjunto". Esto significa que la producción de "spots", en general, es bastante descuidada por parte de las agencias de publicidad, que, frecuentemente, se limitan a reproducir el sonido del aviso producido para la televisión. Las razones de esta falta de creatividad son múltiples.

Por una parte, cuestiones de naturaleza económica: las radios especialmente en Santiago, pueden tener tarifas muy altas (119), al mismo tiempo, la audiencia es muy fragmentada, (por ejemplo, la emisora que tiene la primera sintonía, concentra alrededor de un 10% del auditorio total). Esto significa que un avisador, para obtener una cobertura similar a la que obtiene con un aviso en televisión, tiene que transmitir avisos en muchas radios -cerca de diez- con un gasto total muy alto.

(119) Un aviso diario puede costar alrededor de 140.000 pesos mensuales en una radio de primera sintonía.

Las tarifas bajan mucho en las emisoras de menor audiencia o en las radios de provincia.

Otra razón tiene que ver con el hecho que las radios de Frecuencia Modulada, que captan una parte muy importante de la inversión, porque se dirigen al sector más alto, no permiten avisos que no sean leídos por sus propios profesionales. Es decir, la agencia redacta "inventa" el aviso, pero tiene que ser reproducido por el locutor de la emisora. Resulta evidente que exigencias como éstas -fruto de una estrecha concepción de la "seriedad"- no estimulan la producción de avisos publicitarios radiales creativos o novedosos.

Uno de los resultados de esta situación -que, a su vez, se transforma en una de las causas- es que en Chile prácticamente no existen estudios de grabación con los recursos profesionales y técnicos que el gran desarrollo de la radiofonía exigiría.

Para resumir, se podría decir que el bajo interés de las agencias frente a la radio (por su escasa rentabilidad) (120), sumado a la actitud conservadora de muchas emisoras, a la escasa formación profesional y a la carencia de recursos técnicos, son factores que se combinan para que la calidad final de los avisos publicitarios radiales sea, en general, baja.

(120) Todos los meses se hacen estudios de "recordación" de publicidad. Resulta que las campañas que se realizan exclusivamente por radio no logran siquiera aparecer entre los avisos que el público "recuerda".

Cabría, en este momento, hacer una reflexión general acerca del papel de las agencias de publicidad en Chile.

En el país, a diferencia de otros, las agencias se limitan a la creación del aviso publicitario y a la búsqueda del medio más efectivo para difundirlo. No manejan el dinero del cliente, quien paga directamente al medio, otorgándole una comisión a la agencia. Las grandes negociaciones se realizan en conjunto entre agencias, medio y cliente.

Este rol sitúa a las agencias en una posición muy distinta de la que detectan empresas similares en otros países. Allí, las grandes agencias adquieren la exclusividad del manejo publicitario del medio, que significa, entre otras cosas, un control sobre los ingresos del medio y un poder que llega hasta influenciar directamente la programación.

4.3. Publicidad y Condicionamientos Políticos

Aunque el sector publicitario pueda aparecer como "neutral", aquí también se advierte la influencia de la actual situación política.

Las presiones son más evidentes en las revistas que asumen posiciones de oposición al Gobierno, pero el mismo mecanismo funciona también para algunas emisoras. Se trata, principalmente, de una suerte de "autocensura" que impide a muchas agencias recomendar medios "peligrosos", y, a muchos avisadores, utilizarlos.

Además, naturalmente, ninguna empresa que de alguna manera esté relacionada con el actual Régimen puede utilizar medios de oposición.

Otra forma de censura es la que se practica directamente sobre el mensaje publicitario. Se puede citar el ejemplo de una campaña televisiva de unos años atrás, que utilizaba un actor que en el pasado había sido candidato a Regidor del Partido Comunista. El canal televisivo informó a la agencia que la Dirección Nacional de Comunicaciones había prohibido que esta campaña saliera al aire, y la agencia tuvo que retirar los avisos.

Otro episodio se sitúa en el límite del subrealismo: un comercial, fue retirado porque una sombra, por casualidad, formaba una figura parecida a la hoz y martillo, absolutamente inadvertible, excepto para los ojos de los minuciosos censores, que acusaron al aviso de querer ejercer una influencia "subliminal".

C A P I T U L O VLIMITES Y POTENCIALIDADES PARA EL EJERCICIO DEMOCRATICO
DEL MEDIO RADIAL.

Aquí se ancluye una reflexión general acerca de las potencialidades democráticas que emergen de la especificidad del medio radial. Entre éstas se destaca :

- que no obstante ser un medio habitualmente subvalorado, considerándosele un estadio superado por la televisión, la radio es de hecho un medio muy distinto, con otras posibilidades expresivas, otras funciones y otro uso social (siempre más amplias que lo que las prácticas vigentes pueden sugerirnos); y,
- .. que el medio puede, estructuralmente, favorecer la descentralización porque:

comparativamente la radio requiere menos inversión, esfuerzo y tiempo, en lo que se refiere a producción, emisión, distribución y consumo de los mensajes;

sus mensajes pueden alcanzar una gran variedad y multiplicidad; y,

la emisión radial puede ser continua y accesible a toda la población, incluyendo analfabatos.

Por otra parte, respecto de las limitaciones para el ejercicio democrático, el medio revela a través de su

comportamiento histórico, la dualidad de un sistema entregado a la iniciativa privada y regido por la lógica del mercado, mientras que, al mismo tiempo, el Estado ha desarrollado una capacidad interventora directa e indirecta sobre el medio. El poder del Estado nace desde el momento en que el Presidente de la República recibe la autoridad para otorgar -a su arbitrio- las concesiones radiales. De esta manera, se configura desde el Estado el perfil del emisor que puede acceder al sistema radial, así como el que queda excluido. Paralelamente, la legislación otorga poderes de control y regulación de la emisión.

Este rasgo histórico de control estatal, se ha visto exacerbado durante el período de la dictadura, a través de: la instauración de un régimen de censura que no sólo compromete al área informativa; la reducción de la representatividad política y social de los emisores; la intervención estatal directa e indirecta en la administración de algunas radioemisoras; y, el financiamiento publicitario estatal que favorece sólo a las emisoras consecuentes con su proyecto político. El resultado a nivel de la práctica, ha sido la homogeneización de los modelos radiales, diferenciándose tan sólo en la segmentación social de sus receptores.

Frente a esta lectura del comportamiento del medio, se ha considerado que las variables claves sobre las que sería deseable intervenir para afectar la práctica radiofónica en un sentido democrático, serían: la legislación, la propiedad y el financiamiento, los modelos radiales, y el acceso y control social.

5.1. Algunas Proposiciones

a) A nivel de la legalidad

Con el fin de visualizar una democratización del medio, se hace indispensable una legislación que oriente su énfasis hacia el carácter público y de bien social de las comunicaciones; que fomente el pluralismo, a través de la libre expresión de todos los sectores y minorías culturales; que respete la libre conciencia y el derecho al compromiso de los trabajadores de la comunicación; que exija una transparencia política y económica de los medios; que amplíe el espectro político y social de los emisores y que cree canales de participación para los destinatarios.

A estos objetivos se debe sumar una preocupación por abordar el problema del acceso a la emisión, a través del otorgamiento de concesiones. De continuar dependiendo de la discreción del Presidente de la República, se mantendrían las arbitrariedades observadas. Asimismo, es importante revisar los criterios contemplados para dicho otorgamiento.

Para llevar a cabo los objetivos democratizados mencionados, es necesario, en primer lugar, descentralizar el poder que históricamente mantiene el Estado sobre el medio radial. Para este efecto, se propone la creación de un organismo colegiado, como podría ser el Consejo Nacional de la Radio, que debiera ser un organismo pluralista y representativo de los intereses de la sociedad civil y política. Esta representatividad se lograría a través de la composición de

su directorio, que incluiría tanto a representantes del poder político, como de sectores sociales organizados, y personal técnico especializado. Este Consejo debiera ser la base del control social del medio, resguardando los intereses comunicacionales de la sociedad a través de la formulación de políticas específicas para la radiodifusión. Estas debieran contemplar: la planificación social del sistema y la definición de sus funciones.

Un organismo con estas características, podría asumir entonces, la responsabilidad del otorgamiento de concesiones.

A través del otorgamiento de concesiones, el Consejo debiera atender a la ampliación de la representatividad política y social del medio. Esto implica que no se debiera considerar sólo la capacidad empresarial del emisor como criterio de selección, sino, también, su capacidad potencial para diseñar e impulsar modelos radiales alternativos, así como las necesidades expresivas y comunicacionales de sectores sociales específicos.

Este Consejo podría, asimismo, administrar la Red Pública Radiofónica, reduciéndose de esta forma las posibilidades de que esta Red sea usada como un instrumento del proyecto político gubernamental. Esta Red debiera reflejar un pluralismo tanto en el campo informativo, como en el de entretención y educación. Su programación debiera reconocer la heterogeneidad de la sociedad a la cual sirve, e intentar responder a las necesidades comunicacionales de sectores sociales específicos; necesidades que no se satisfacen en el ámbito de la radio privada y comercial.

b) A nivel de la propiedad y el financiamiento

Al redefinir los criterios de otorgamiento de frecuencia, se debe considerar las diversas formas de propiedad que el sistema radial puede adoptar, más allá de la red pública y de los actuales medios privados de carácter comercial. Algunas de estas posibles formas son: emisoras de organizaciones sociales, gremiales, sindicales o políticas; radios pertenecientes a cooperativas, que pueden estar formadas por sus propios trabajadores; y, emisoras de propiedad mixta, entre el Estado y pequeños accionistas -posiblemente sus propios trabajadores-.

Si bien una nueva política de otorgamiento de concesiones puede favorecer el acceso a la emisión de sectores de la sociedad actualmente excluidos, la permanencia de éstos en el aire dependerá en gran parte de sus recursos económicos. Si el interés en ampliar el espectro emisor se basa en favorecer intereses comunicacionales no representados en el actual modelo operante, es importante asegurar que la necesidad de financiamiento no obligue a estos nuevos emisores a reproducir el modelo radial dominante con el fin de obtener recursos financieros.

En consecuencia, el Estado debiera apoyar a todas aquellas emisoras que operen fuera del circuito comercial, siempre que su existencia se demuestre necesaria para la comunidad, ya sea porque representa a un sector social específico o por su modelo radial. Para este efecto, se ha propuesto en variadas ocasiones la creación de un "fondo radial", basado en un impuesto a la facturación publicitaria. Distribución del cual se podría llevar a cabo a través del Consejo Nacional de la Radio.

Finalmente, la legislación debiera, además, normar sobre la cantidad de publicidad, así como establecer ciertos límites a los contenidos que se transmitan e introducir algunas disposiciones que privilegien la producción nacional.

c) A nivel de los modelos radiales

La tendencia hacia la homogeneización de modelos radiales, reforzada por el sistema de propiedad y financiamiento, y la modelación de gustos del mercado, nos sugiere que, junto con ampliar el espectro emisor, es necesario realizar una renovación de los modelos radiales. Para la creación de modelos alternativos se requiere de cambios a nivel de la gestión, los formatos y las funciones que el medio asuma.

A nivel de la gestión, los cambios necesarios para modificar la actual verticalidad, debieran orientarse hacia la identificación de aquellos niveles en que es necesaria una mayor participación de los profesionales de la comunicación en este proceso específico de producción simbólica, así como mayores y más profundos niveles de articulación con la audiencia. Vale decir, la legislación debiera cristalizar los resultados a que se arribe fruto de un proceso previo que intencionadamente busque una redefinición de los modos de producción radial que permitan una gestión democrática en los términos que hemos venido señalando.

Demás está decir entonces, que resultaría insuficiente contar con los recursos de poder e institucionales para generar una nueva legislación,

si es que previamente no se han abierto cauces para que los actores sociales involucrados participen en la definición de las cuestiones esenciales de la democratización del medio radial. (121)

A nivel de los formatos, hemos constatado que la avanzada situación tecnológica en que se encuentra la radiodifusión chilena actualmente, no impone límites a las potencialidades de géneros programáticos que se podrían producir. Entre estos géneros se contempla la revaloración de los radioteatros, debates, testimonios, difusión literaria, programas educativos, audiciones de jóvenes artistas que no acceden a la industria fonográfica, etcétera.

Examinando un área ya existente, es decir, el área informativa, ésta requiere de un replanteamiento del concepto de "noticia": lo cual implica la ampliación del universo de fuentes noticiosas, la redefinición de actores y hechos sociales, la pluralidad de opiniones, la valoración de lo regional y la creación de flujos de circulación de la información que rompan la excesiva centralidad de la capital en la definición de lo noticioso. Si la idea de esta nueva profesionalidad logra imponerse como una necesidad de una práctica comunicacional democrática, obligaría a su vez a un reciclamiento profesional del cual las instituciones formativas no podrían substraerse.

(121) Véase este mismo trabajo, páginas 144 y 145, último y primer párrafo respectivamente.

La reflexión sobre las funciones del medio radial, se encuentra íntimamente ligada tanto con los niveles específicos de gestión y formatos, así como con las expectativas que la sociedad tiene del uso y función social del medio.

Más allá de sus funciones clásicas de información, entretención y educación; el medio ofrece una potencialidad de participación de los destinatarios mayor que la prensa y la televisión. La capacidad expresiva del medio y su relativa simplicidad tecnológica permiten que los actores sociales puedan acceder a comunicar directamente su realidad social, sin necesidad de un interlocutor especializado. Esta es un área especialmente explorable en la radio local.

Si esta función, dentro de las posibilidades del medio, fuera asumida, ello no sólo contribuiría a la desmitificación de los medios de comunicación de masas por parte de los actores sociales que accedan a él, sino que, además, la comunidad se vería enriquecida al tomar contacto con diversas realidades, definidas directamente por sus propios actores y no mediadas por la significación otorgada a través de la preconcepción del interlocutor radial.

Si bien planteamos al comienzo que las variables propiedad y financiamiento contribuyen significativamente a la formación del modelo radial dominante, nos parece atinante presentar la siguiente cita: "En el campo de las comunicaciones la idea de que su democratización pasa exclusivamente por resolver el problema de la propiedad y de la democracia en la gestión, ha ido progresivamente desplazándose para -sin dejar de considerarse como variables importantes- dar cabida a cuestiones generalmente soslayadas o simplemente excluidas del debate y, lo que es más grave, de

las políticas". Tal como se ha manifestado a lo largo de este trabajo, "han ido adquiriendo relevancia aspectos tales como el momento de producción de los mensajes, el problema del acceso a la emisión (y no ya sólo a la información), la participación en los momentos de decisión de las funciones sociales específicas de los medios y sus objetivos, la representatividad de los actores sociales en el control social del sistema, la recepción de los mensajes comunicacionales, etc." (122)

d) A nivel del acceso y el control social

En los intentos conocidos que han desarrollado diversas instituciones académicas y gremiales por ir definiendo desde ya un perfil de lo que sería un sistema comunicacional democrático, "especial preocupación han concentrado el tema del control social de los medios de comunicación y el de la recepción crítica de sus mensajes. Aunque uno se sitúa en el polo de la emisión, y el otro en el de la recepción, existe una relación de afectación mutua entre ambos.

(122) Edwards, Paula. "De la Educación para la Televisión a la Recepción Activa (La Experiencia de CENECA)". Página 34. Ponencia presentada en el Primer Seminario Latinoamericano de Educación para la Televisión. CENECA - OREALC / UNESCO. Santiago, 1985.

"Concebida más complejamente la vida democrática nacional, así como la función comunicacional al interior de ella, no basta con garantizar al nivel jurídico el control social del medio. Es un requisito indispensable, pero si los distintos sectores sociales no han ejercitado su capacidad de autoexpresión, si no se han constituido discursos específicos de acuerdo a su particular inserción en la sociedad, si no se conoce en su operatoria a los medios y no se plantean demandas y reivindicaciones, el control social quedará nuevamente entregado exclusivamente a actores políticos estatales desaprovechándose el rico desarrollo de la sociedad civil y la recuperación de la vida democrática a nivel del tejido social.

"Un receptor activo es la base para la eficiencia de cualquier orientación social de la programación de los medios. Sólo un receptor activo, en el contexto de una sociedad que garantiza mecanismos de participación de las organizaciones sociales, puede demandar a los medios, poniendo como exigencia la consideración de sus necesidades e intereses, activando un replanteamiento de las funciones de representación y expresión del medio, favoreciendo apelaciones más específicas, participando en la definición de las grandes orientaciones, y accediendo, eventualmente, como emisores directos de su propia experiencia". (123)

El Consejo Nacional de la Radio puede ser un núcleo desencadenador de dinamismos en este sentido, e incentivador de diversos canales de parti

(123) Edwards, Paula. Op. cit., páginas 35 y 36.

cipación al ofrecer a los distintos grupos organizados, la posibilidad de verter sus inquietudes respecto al medio y participar en él, al mismo tiempo que tener las facultades para efectuar modificaciones.

De este modo, entonces, es importante reiterar que ningún sistema jurídico, ni político, por sí sólo, puede asegurar una comunicación democrática. La profundidad con que ésta opere, dependerá, más bien, de la convicción que la sociedad tenga de sus derechos comunicacionales, de la forma en que los espacios sean conquistados, y de que el control sobre el sistema lo ejerza verdaderamente la sociedad.

BIBLIOGRAFIA

- Alcalay, Rina. "El Medio Radial: su Especificidad y un Diagnóstico de su Quehacer en Chile". Revista EAC, N.º 3. Pontificia Universidad Católica de Chile. Santiago, 1973.

- Alfaro, Rosa María. "Modelos Radiales y Proceso de Popularización de la Radio Limeña". Separata mimeografiada. Universidad de Lima, Programa Académico de Ciencias de la Comunicación. Lima, Perú, 1984.

- Brecht, Bertold. "Theorie de la Radio", en Ecrites sur la Littérature et L'art. L'Azche. París, Francia, 1976.

- Dahse, Fernando. Mapa de la Extrema Riqueza. Los Grupos Económicos y el Proceso de Concentración de Capitales. Editorial Aconcagua. Santiago, 1979.

- Edwards, Paula. "De la Educación para la T.V. a la Recepción Activa. (La experiencia de CENECA)". Ponencia presentada en el Primer Seminario Latinoamericano de Educación para la T.V. CENECA-OREALC/UNESCO. Santiago, abril 1985.

- Fuenzalida, Valerio. Estudios sobre la Televisión Chilena. Segunda edición. Corporación de Promoción Universitaria (CPU). Santiago, 1984.

- Gutiérrez, Paulina y Munizaga, Giselle. Radio y Cultura Popular de Masas. Documento de Trabajo N. 34. CENECA. Santiago, 1983.
- Hurtado, María de la Luz. Bases para una Discusión de Políticas Comunicacionales en Chile. Documento de Trabajo N. 68. CENECA. Santiago, 1985.
- Jiménez, Marco Antonio. La Radiodifusión Universitaria. Informe de Práctica para optar a Título de Técnico Universitario en Publicidad. Universidad de Santiago de Chile, Escuela Tecnológica, Departamento de Tecnologías Generales. Santiago, 1984.
- Lasagni, M. Cristina - Orellana, Nélica y otros. "El Medio Radial: Límites y Potencialidades para un Ejercicio Democrático". Ponencia presentada en el Segundo Seminario Internacional de Comunicaciones "Hacia una Nueva Comunicación para Chile". Colegio de Periodistas de Chile - IPS - TIAC - ICECOOP. El Tabo, Chile. Noviembre, 1984.
- Massei, Italo. Charla sobre Radiodifusión y Televisión dictada en el Seminario de Nuevos Servicios de Telecomunicaciones de AHCLET. Santiago, junio 1984.
- Menadier, Dora. Régimen Jurídico de la Radiodifusión y de la Televisión. Memoria de Grado. Pontificia Universidad Católica de Chile, Escuela de Derecho. Santiago, 1964.

- Morel, Consuelo y otros. Historia de la Radio en Chile. Dos volúmenes. Centro de Comunicaciones Sociales; Escuela de Artes de la Comunicación, Pontificia Universidad Católica de Chile. Santiago, 197-.
- Millás, Hernán. "Historia y Movimiento de la Radiodifusión Chilena". Separata mimeografiada. Asociación de Radiodifusores de Chile (ARCHI). Santiago, 1972.
- Munizaga, Giselle y De la Maza, Gonzalo. El Espacio no Oficialista en Chile: 1973-1977. Documento de Trabajo N. 12. CENECA. Santiago, 1978.
- Munizaga, Giselle y Rivera, Anny. La Investigación en Comunicación Social en Chile. Centro de Estudios y Promoción del Desarrollo y CENECA. Lima, Perú, 1983.
- Munizaga, Giselle y equipo. "Sistema de Comunicación, Estado y Sociedad Civil en Chile". Informe de Síntesis. CENECA. Santiago, 1984.
- Pareja, Reynaldo. Historia de la Radio en Colombia 1929-1980. Servicio Colombiano de Comunicación Social. Bogotá, Colombia, 1984.
- Portales, Diego. Poder Económico y Libertad de Expresión. La Industria de la Comunicación Chilena en la Democracia y el Autoritarismo. ILET. Editorial Nueva Imagen. México, 1981.

- Reyes Matta, Fernando. "Mass Media, Polarización y Cambio Social: Chile durante el Gobierno de Allende". Versión ajustada de síntesis de investigación. ILET. Santiago, 1984.

- Willson, Carlos. "La Radiotelefonía y su Importancia en el Desarrollo Nacional". Ponencia presentada en el Seminario "Elementos para la Interpretación de la Historia Reciente de Chile, 1920-1970". Corporación de Investigaciones para el Desarrollo (CINDE). Santiago, mayo 1982.

A N E X O N° 1

Programación Radial

1. Lunes 29 de enero de 1941
FUENTE: Revista Familia, N° 244, 1940.
2. Mes de marzo de 1950
FUENTE: Revista Radiomanía, Marzo 1950
3. Mes de marzo de 1960
FUENTE: Revista Radiomanía, marzo 1960
4. Mes de marzo de 1970
FUENTE: Revista Radiomanía, marzo 1970.



LUNES 29 DE ENERO DE 1940

C. B. 57 AGRICULTURA

- 7.30 Primer servicio de la actualidad nacional y extranjera para todo el día.
- 8.30 Orquesta Harry Meade.
- 9.45 Los 4 Huasos.
- 9.55 Canción de música popular, algunas melodías por orquestas de música hablada.
- 9.15 Orquesta Bajo el Mar.
- 9.35 Oraciones.
- 9.45 Hora del Hogar a cargo de Mariana Durán y Nibaldo Izaurieta. Toda y los días: Ejercicios, variedades, recetas, etc.
- 9.45 Melodías americanas.
- 11.15 Programas de canciones chilenas.
- 11.30 Quince minutos de música de swing, por notables conjuntos de jazz.
- 11.45 Bolsa de Comercio.
- 12.00 Master Singers.
- 12.15 Transmisión directa desde la Bolsa de Comercio de Santiago.
- 12.30 Orquesta de Minneapolis.
- 12.45 Canciones.
- 13.00 Wilhelm Backhaus.
- 13.15 Oberturas célebres.
- 13.30 Tertulia.
- 14.00 Obras musicales completas por intérpretes famosos.
- 14.30 José María Souviron.
- 15.00 Transmisión directa desde la Bolsa de Comercio.
- 15.30 Programa de ballables en transcripciones eléctricas.
- 16.15 Transmisión directa desde la Bolsa de Comercio.
- 16.45 Melodías ligeras en transcripciones fonográficas.
- 18.30 Melodías orquestales ligeras por conjuntos famosos.
- 18.45 Música selecta.
- 19.15 Orquestas gitanas.
- 19.30 Informaciones de la Hora Agrícola para todo el país agrícola.
- 20.30 Transmisión directa desde el Ministerio del Interior.
- 21.00 Informativo.
- 21.15 Juan Arvizu.
- 21.45 Los 4 Huasos.
- 23.03 Melodías.
- 23.15 Charlas internacionales.
- 23.20 Los 4 Huasos.
- 23.45 Melodías.
- 23.50 Ballables "Emerson".

C. B. 130 LA AMERICANA

- 12.00 Hora oficial. Programa ballable.
- 13.30 Concierto Sociedad Nacional de Tabacos.— Programa de canciones.
- 12.45 Boletín informativo y meteorológico "Citroen".
- 13.00 Concierto "Phil".— Programa lírico orquestal.
- 13.15 Concierto Organización Kappés.— Programa de solistas instrumentales.
- 13.30 The British Radio Hour.
- 14.30 Hora ballable.
- 19.20 Programa lírico.
- 19.15 Boletín informativo "Citroen".
- 19.30 Transmisión desde el Café Esplanade.
- 20.00 Hora agrícola.— Música folklórica sudamericana.
- 20.15 El deporte en el mundo.
- 20.30 Boletín de Radiocomunicaciones.
- 21.00 Concierto Casa Wey.— Progra-

- ma sinfónico.
- 2 15 Concierto "A la Tercera de Eke..."
- 21.30 Concierto "Caja de Crédito Po..."
- 21.45 Programa de variedades orquestales.
- 22.00 Concierto Organización Kappés.— Programa lírico.
- 22.15 Partitura de canciones.
- 22.30 Boletín informativo.
- 22.45 Programa ballable.
- 23.30 Transmisión desde el Café Esplanade.
- 24.00 Fin de la transmisión.

C. B. 78 COOPERATIVA

- 12.00 Selecciones ballables, canciones, melodías ligeras.
- 13.00 Los Tres Mexiqueros.
- 13.30 Música sinfónica.
- 14.00 Canciones y selecciones americanas.
- 14.30 Audición de cine a cargo de Miguel Munizaga.
- 15.00 Albumes de obras maestras, líricas y sinfónicas.
- 17.00 Programa de ballables.
- 18.00 Audición Flores de Pravia.
- 19.00 Programa de música selecta.
- 20.00 Programa de ballables.
- 20.30 Boletín oficial del Gobierno.
- 21.00 Boletín informativo.
- 21.15 Música internacional variada.
- 21.30 Concierto Jabón Verdejo.
- 21.45 Periódico vivo.
- 22.15 Artistas exclusivos de Radio Cooperativa Vitallata.
- 23.00 Boletín informativo.
- 23.15 Programa de ballables.
- 24.00 Transmisión directa desde el Teatro-Cabaret Zeppelin.
- Final de la transmisión.

C. B. 126 ESPAÑA

- 8.15 Boletín sintético.
- 10.00 Música variada.
- 10.45 Música ligera.
- 11.45 A gusto del oyente. (Discos pedidos).
- 11.45 Hora oficial de la República.
- 12.15 Sinfónica para el viento.
- 12.45 Elecciones de zarzuelas.
- 13.00 Pantalla mundial.
- 13.15 Cofre de los tesoros musicales.
- 13.20 España y sus cantares.
- 13.35 Cine al día.
- 14.00 Selección de ballables.
- 15.00 Salpicón musical.
- 16.30 Concierto de solistas.
- 17.30 Boletín del diario "El Imparcial".
- 18.00 Selecciones de películas.
- 18.30 Hermanos Nadal. (Puente Alto.)
- 20.00 Hora de aficionados.
- 20.45 Momento deportivo. (Deportivo Iyegur.)
- 21.00 Radiocomunicaciones.
- 21.15 Cátedra Radial de Turf.
- 22.15 Londres, París y Berlín. (Informativo.)
- 22.45 España en el éter.
- 23.00 La voix de France. (Margarita Luxan.)
- 23.15 Boletín del diario "El Imparcial".
- 23.45 Melodías del espacio. Ballables. El mundo y sus emociones.
- Boletín informativo.
- 24.00 Fin de la transmisión.

- 14.30 Solistas instrumentales.
- 14.45 Selecciones de óperas y operetas.
- 15.00 Música popular.
- 15.15 Melodías en copas.
- 15.16 Música popular.
- 15.30 Hora y música, variedades del Cuatro Eabnacoda.
- 15.35 Boletín musical "Día".
- 15.50 Fin de la primera transmisión del día.
- 17.00 Audición Cinematográfica, por Raúl Paro.
- 17.15 Audición Irán, espacio para la mujer elegante.
- 17.45 Música ligera.
- 18.05 Hora "OTON", artistas jóvenes.
- 19.00 La Antena Pionera por el Reporter X.
- 19.30 La Hora Inglesa, grabaciones exclusivas inglesas.
- 20.30 Boletín del Gobierno.
- 21.00 Grabaciones selectas.
- 21.30 Solistas instrumentales y cantantes.
- 21.45 "Desfile Radial de C. B. 114" con artistas exclusivos, desde el salón Auditorium. Actúan: Ester Soré, Kika, Héctor Nájera, Tito D'Alex, Estampas de América, LAS CRIOLLITAS, Mercedes Varela.
- 23.00 Noticioso de Última Hora.
- 23.30 Ballables desde la Boite "Tabaris".
- 0.30 Buenas Noches.

C. B. 118 NACIONAL

- 10.50 Audición Hollywood.
- 11.50 Audición Los Cuatro Diables.
- 12.30 Audición Notas de Actualidad.
- 13.00 Audición de música selecta variada, en grabaciones. Boletín Informativo.
- 13.45 Audición Matinéas Alluvial.
- 17.45 Audición El Tesoro de la Juventud.
- 18.00 Audición interesante.
- 19.00 Audición ballable.
- 19.45 Audición Hípica, a cargo de Bandokán.
- 20.00 Audición variada.
- 20.30 Boletín oficial del Gobierno.
- 21.00 Concierto Caja de Crédito Popular. Canta el tenor Guillermo Soudy.
- 21.15 Concierto Musalem. Canta Derlinda Araya.
- 31.30 Concierto Fábrica de Muebles. Música selecta.
- 21.45 Concierto Westinghouse. Canta Silvia Larrain.
- 22.00 Concierto Valparaíso y FF. CC. Guillermo Soudy y Servicio Informativo.
- 22.30 Canta Derlinda Araya.
- 22.45 Variedades orquestales.
- 23.00 Servicio informativo.
- 23.15 Programa de ballables.
- 24.00 Fin de la audición.

C. B. 97 SIAM

- 10.— Audición Refrigeración Siam Sallo de Oro.
- 10.30 Audición I. Municipalidad de Santiago.
- 11.20 Audición "La Esmeralda".
- 12.— Sucesos Mundiales.
- 12.15 Grabaciones.
- 12.45 Concierto Musalem Hnac.
- 13.— Audición Relampago. Música popular.

22 FAMILIA

13.30 Audición S. G. de D. Autobuses.
Música orquesta.
14.— Audición Cámara Comercio Mi-
norista. Música popular.
15.— Audición Hnos. GARRA-EDWARDS.
Números vivos.
17.— Audición Huso Speaker. Afli-
cionados.
18.— Audición "La Esmeralda". Ora-
ción.
18.30 Audición Kelvinator SLAM Sello
de Oro.
19.— Audición Selecta y Variada. Mú-
sica selecta.
19.30 Audición Casino Municipal de
Viña del Mar. N. Vivos.
20.30 Boletín Ministerio del Interior.
21.— Audición Geniol.
21.30 Audición Fcas. EL PELAYO.
21.45 Audición Almacenes EL GLO-
BITO.
22.— Sucesos Mundiales. Atophan
Schering.
22.10 Audición S. G. de D. Autobuses.
V. Fevah.
22.45 Audición Casa González. Prog-
ramas.
23.00 Audición Wesseten. Jazz.
23.15 Gradaciones. Orq. Típicas.
23.30 Audición Boite Africa.
6.30 Fin Programa.

C B. 134 HOGAR

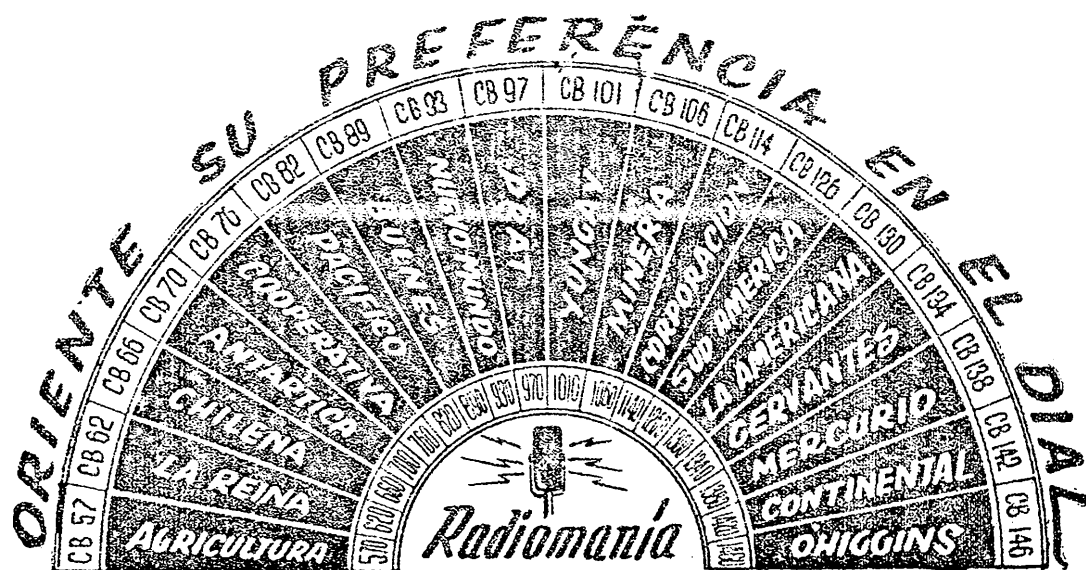
12. Selectos.
13. Pañaba.
14. Bailabics.
15. La Voz Comercial.

16. Claverna.
17. Clavezia.
19. Tú y yo
20.30 Boletín de Radiocomunica-
ción.
21. Selecciones.
22. Boletín Trans-ocean

C B. 89 OTTO BECKER

11.00 Hora del saber comprar. con mú-
sica liviana.
11.30 Programa clásico de grandes
compositores.
12.15 Informaciones del país y del
extranjero.
12.45 Programa de canciones.
13.00 Actualidades cinematográficas.
13.15 Selecciones de vales.
13.30 Menú del buen humor.
14.00 Fin de la audición del mediodía.
17.30 Bailabics internacionales.
18.00 Hora del Abuelito Luis.
19.00 Bailabics.
19.15 Destile musical Odeón
19.45 Fragmentos de operas.
20.00 Programa de música española.
20.20 Noticias extranjeras.
20.30 Informaciones oficiales del Go-
bierno.
21.00 Solos de piano. Grandes soli-
stas.
21.30 Programa de canciones.
21.45 Charlas internacionales.
22.00 Solos de armonica de boca a
cargo de Mr. Robinson.
22.15 Solos de violín.
22.30 Grandes cantantes.
23.00 Programa de bailabics.

MES DE MARZO DE 1950



NOTICARIO	ARTISTAS	SELETA
7.30 C. B. 57	12.30 CB 106 Desfile de artistas	8.00 CB 57
8.30 13.30	13.00 CB 57 María Ramírez, Los	8.00 CB 106
20.30 21.20	Quincheros, Hnas. Lo-	8.09 CB 89
22.30 23.30	yola, A. Prieto, Org.	8.35 CB 57
8.00 C. B. 62	Carvajal.	8.45 CB 97
21.20 23.20	20.00 CB 106 Lila Roca (LMV)	9.00 CB 62
8.00 C. B. 66	20.15 CB 106 Ricardo Mori (LMV)	9.00 CB 70
13.00 13.20	20.15 CB 106 Raúl Díaz (MJS)	9.00 CB 93
19.00 19.00	20.30 CB 106 Angélica Montez (LMV)	9.30 CB 106
22.00 22.00	21.00 CB 82 Carmen Carol (MJS)	10.00 CB 62
8.00 C. B. 70,	21.15 CB 106 Org. F. Ojeda (MMS)	11.00 CB 57
7.30 C. B. 76	21.30 CB 57 Sonia y Miriam (LMV)	12.30 CB 76 (LM)
11.00 13.00	21.30 CB 57 A. Prieto, Hnas. Loyola,	12.30 CB 89
14.00 21.00	Org. Carvajal (MJS)	12.30 CB 82
22.00 24.00	21.30 CB 82 Voces del Maipo (LMV)	12.45 CB 93
8.00 C. B. 82	21.30 CB 82 Cristina del Real (Mar.	13.00 CB 138
13.35 C. B. 89	Jue. Sáb.)	13.15 CB 66
23.20 23.20	21.30 CB 70 Marta Aranedo (LMV)	13.30 CB 82
7.30 C. B. 93	21.30 CB 106 Jorge Halpern (Mi-S)	13.30 CB 62
13.15 11.00	21.45 CB 82 R. Rodríguez y Gloria	14.00 CB 89
21.00 23.00	Montez (MJS)	14.15 CB 146
7.30 C. B. 97	22.00 CB 57 Juan Arvizú (LMV)	14.30 CB 57
13.45 8.30	22.00 CB 82 Lily Marshall (LMV)	14.30 CB 146
7.30 C. B. 106	22.00 CB 106 Las estrellas se reúnen	15.00 CB 130
14.00 17.00	22.30 CB 106 Hugo del Carril (MJS)	15.15 CB 106
24.00 23.00	22.30 CB 89 Bern Wied y F. Longás	15.30 CB 57
7.00 C. B. 130	(Ma.-J)	15.30 CB 106
13.30 13.30	22.35 CB 57 Cora Santa Cruz, Mar-	15.30 CB 82 (LMV)
8.30 C. B. 134	ta Ramírez, Los Quin-	16.00 CB 138
21.00 18.00	cheros	16.30 CB 62
7.30 C. B. 138	EL PROGRAMA DE ARTISTAS DE	19.15 CB 89
11.55 10.55	RADIO COOPERATIVA SE INICIA	19.30 CB 97
13.55 12.55	EL 15 DE MARZO Y EL HORARIO	21.00 CB 62
17.55 15.55	SE PUBLICARA EN LA PRENSA	21.15 CB 93
20.55 18.55	¡	21.30 CB 134
22.55 21.55	RADIOTEATRO	21.30 CB 138
7.30 C. B. 146	¡	22.30 CB 97
13.00 21.00	9.00 CB 57 Radioteatro B. B. C.	22.30 CB 146
	11.30 CB 97 Cía. Tacho Sánchez	23.30 CB 62
	14.00 CB 146 Cía. Ernesto Urra	
	14.15 CB 146 Cía. G. Edwards (Do-	
	minges)	
	15.30 CB 82 Radioteatro B. B. C.	
	16.00 CB 130 Cuentos de América	
	16.30 CB 89 Rad. de América	
	17.00 CB 130 Radioteatro Juvenil	
	18.30 CB 70 El Halcón del Mar	
	19.00 CB 89 Radioteatro Policial	
	20.00 CB 57 Eglantina Sour	
	21.15 CB 78 Familia Chilena (LMV)	
	21.15 CB 93 Tontifandía	
	22.05 CB 89 Radioteatro romántico	

AUDIC. DE CINE

14.00 CB 138
14.30 CB 93
16.30 CB 57 (LMV)
17.30 CB 62
19.00 CB 106

RAILABLES

- 8.00 CB 146
- 9.00 CB 97
- 9.30 CB 146
- 9.00 CB 97
- 10.00 CB 134
- 10.30 CB 82
- 10.30 CB 97
- 10.30 CB 62
- 10.30 CB 106
- 11.00 CB 146
- 11.05 CB 93
- 11.30 CB 138
- 11.30 CB 139
- 11.30 CB 146
- 11.45 CB 62
- 12.00 CB 82
- 12.00 CB 70
- 12.00 CB 97
- 12.15 CB 93
- 12.40 CB 146
- 12.40 CB 89
- 13.00 CB 70
- 14.30 CB 62
- 14.30 CB 82
- 14.30 CB 138
- 15.00 CB 97
- 15.00 CB 82
- 15.30 CB 62
- 15.30 CB 138
- 16.30 CB 97
- 16.30 CB 146
- 16.30 CB 89
- 16.30 CB 70
- 17.05 CB 106
- 17.30 CB 138
- 17.30 CB 97
- 18.00 CB 82
- 18.00 CB 146
- 18.05 CB 93
- 18.30 CB 138
- 18.30 CB 70
- 18.30 CB 62
- 18.30 CB 57
- 19.00 CB 134
- 19.00 CB 146
- 19.00 CB 70
- 19.05 CB 76
- 19.30 CB 134
- 19.00 CB 62
- 21.30 CB 134
- 22.30 CB 89
- 22.30 CB 62
- 22.30 CB 62
- 23.00 CB 134
- 23.00 CB 146
- 23.00 CB 57
- 24.00 CB 138

(S. D.)

MUSICA CHILENA

- 10.45 CB 106
- 11.00 CB 97
- 11.00 CB 82
- 11.30 CB 89
- 11.00 CB 146
- 11.00 CB 93
- 11.00 CB 62
- 11.30 CB 70
- 11.30 CB 76
- 11.30 CB 76
- 12.30 CB 130
- 12.30 CB 82
- 12.30 CB 146
- 12.30 CB 134
- 12.30 CB 70
- 12.30 CB 146

(Mar-J)

VARIEDADES Y MAGAZINE

- 7.00 CB. 89 Levántse Feliz.
- 7.00 CB. 138 Siegr- Despartar.
- 8.00 CB. 146 Desayuno musical.
- 8.30 CB. 62 Almanaque del locutor.
- 8.30 CB. 130 Gaceta Pomenina.
- 8.45 CB. 97 El Valet Perfecto.
- 9.00 CB. 93 Magazine EVA (LMV.).
- 9.00 CB. 82 Miscelánea.
- 9.00 CB. 138 11 discos y 1 pick up.
- 9.00 CB. 76 Hora del Hogar.
- 9.00 CB. 89 Mundo de la Mujer.
- 9.30 CB. 62 ¿Qué Parcelal
- 9.30 CB. 123 Su Hogar.
- 9.30 CB. 70 El arte de ser bonita (MJS.).
- 9.30 CB. 70 Cadena de Piedad (LMV.).
- 10.00 CB. 106 Discomanía.
- 10.00 CB. 57 Era. Hagamos caso.
- 10.30 CB. 66 Audición para ellas.
- 10.30 CB. 138 ¿Dónde quiere Ud. vivir?
- 10.30 CB. 70 Música y Mujer.
- 11.00 CB. 57 Radio Escuela Experimental.
- 11.00 CB. 138 Revista Musical.
- 12.00 CB. 57 El retablo de maese Pedro.
- 12.00 CB. 89 Música de ayer y de hoy.
- 12.03 CB. 106 De todo y para todos.
- 13.00 CB. 57 Cita con las estrellas.
- 13.00 CB. 89 Bajo el cielo de España.
- 13.00 CB. 130 Aud. "Concha y Toro".
- 13.30 CB. 138 El llamado de la amistad.
- 13.30 CB. 106 Acuarelas españolas.
- 13.30 CB. 82 Carrusel del aire.
- 14.00 CB. 82 Variedades.
- 14.30 CB. 130 Magazine de las Américas.
- 14.30 CB. 97 Audición Amigos.
- 14.30 CB. 106 Sobremesa.
- 15.00 CB. 93 Salón de Variedades.
- 15.00 CB. 82 Luchita Botte.
- 15.15 CB. 76 Una tarde en su casa.
- 16.00 CB. 57 Tardes de Eglantine Sour.
- 16.30 CB. 62 De locutor a locutor.
- 17.00 CB. 57 Club de mujeres.
- 17.00 CB. 82 Cuénteme su drama (LMV.).
- 17.30 CB. 134 La voz de Puente Alto.
- 17.30 CB. 57 Así pasan los años.
- 18.00 CB. 130 Lentejuelas.
- 18.00 CB. 134 Una canción y un recuerdo (MJS.).
- 18.30 CB. 134 Renca en el aire.
- 18.30 CB. 146 De oyente a locutor.
- 18.30 CB. 89 Aud. Infantil.
- 19.00 CB. 57 El Consultorio del Dr. Vivar.
- 19.30 CB. 82 Llantos de la Pampa.
- 19.30 CB. 106 Diario del Agricultor.
- 19.30 CB. 57 Cía. Infantil.
- 19.45 CB. 89 Cartas que no se enviaron.
- 20.00 CB. 82 Gopucha el Colegial.
- 20.00 CB. 97 Concurso estudiantil.
- 20.00 CB. 146 Mensajes.
- 20.00 CB. 93 La Hora Italiana.
- 20.00 CB. 89 La Hora Sulza.
- 20.00 CB. 106 La Hora Minera (MJS.).
- 20.30 CB. 70 Cosquillas en el aire.
- 20.30 CB. 134 La voz de Italia.
- 20.30 CB. 89 La hora varar ante italiana.
- 20.30 CB. 62 Tres personajes en busca de audito-
tores.
- 20.30 CB. 106 Carrera de obstáculos (MJS.).
- 20.50 CB. 57 El llamado de la suerte (LMV.).
- 21.00 CB. 138 Historia de cien pesos.
- 21.10 CB. 106 Topaze en el aire (LMV.).
- 21.15 CB. 106 Rutas de ayer y de hoy (L. y V.).
- 21.30 CB. 97 El Tribunal Popular (MJS.).
- 21.30 CB. 70 Enfoques (Mar. y J.).
- 21.30 CB. 106 Enciclopedia del aire. (MJS.).
- 21.30 CB. 80 Mosaico Español.
- 22.00 CB. 138 Quién tiene la culpa (MJS.).
- 22.00 C. l. 134 Noches con NITA.
- 22.00 CB. 106 BAR Y BOITE RADIOGENINA.
- 22.00 CB. 138 Sorpresas (MJS.).
- 22.00 CB. 57 La Novia de Chile. (MJS.).
- 22.00 CB. 82 Salga Ud. del paso (MJS.).
- 22.00 CB. 89 Recuerdo Ud.?,
- 22.30 CB. 138 Concursos.
- 23.00 CB. 138 Variedades Goyescas.
- 23.00 CB. 89 Tu y yo bajo el claro de luna.

AUDICIONES DEPORTIVAS

- 12.30 CB 138 Mundo Deportivo
- 12.30 CB 134 Rípica
- 12.30 CB 146 Rípica
- 13.30 CB 130 Deportes
- 13.30 CB 93 Rugen los motores
- 18.30 CB 139 Aud. Cielo Colo
- 18.30 CB 57 Aud. Rípica
- 19.30 CB 97 Deportes (MJS)
- 20.00 CB 70 Grandes jornadas.
- 20.15 CB 106 Noticiario Deportivo
- 20.30 CB 97 Sobre 4 ruedas
- 20.30 CB 139 Sinopsis del Deporte
- 20.30 CB 146 De la Cancha al
microfono
- 20.35 CB 57 Deporte al Día
- 22.00 CB 89 Deportes (M y J)
- 22.02 CB 76 Deportes (MJS)

COMENTARIOS

- 12.55 CB 62 Luis C. Poblete
- 13.30 CB 93 Charla Política (La
Mi-Vie)
- 13.15 CB 76 Momento
- 13.15 CB 106 Momento
- 13.35 CB 57 Tribuna Libre
- 13.45 CB 76 Sucesos Políticos (L.
Mier-Vier)
- 13.45 CB 97 Así rueda el mundo
(Sáb)
- 14.30 CB 97 Mesa Redonda (S)
- 15.15 CB 82 Figaro (LMV)
- 21.00 CB 57 R. Gómez de la Ser-
na (LMV)
- 21.00 CB 57 La marcha del tiem-
po (Dom)
- 21.20 CB 57 Not. tras not.
- 21.30 CB 57 Foros (Domingos)
- 21.45 CB 146 Charlas J. Bar-
ra (LMV)
- 22.30 CB 97 La Figura del día
(LMV)
- 23.00 CB 82 Antena Policial
- 23.20 CB 106 Marco Polo
- 23.20 CB 62 Marcha del mundo
- 23.45 CB 57 Hoy y mañana

C. B. 156
Sargento Alder
San Antonio

- 9.00 Alegres compases.
- 9.30 Festival en Argentina.
- 10.00 Minutos para todos.
- 11.00 Hora española.
- 12.00 Cancionero sentimental. (LMV.). Aires del Perú. (MJS.).
- 12.15 El disco del ayer.
- 12.30 Pampa y tango.
- 12.45 Cantan las guitarras. (MJS.). Un disco y una glosa. (LMV.).
- 13.00 Noticiero Radio Minería.
- 13.15 Selecciones Musicales. (LMV.). Cantantes famosos. (MJS.).
- 13.30 Los Genios de la Música.
- 14.00 Radioteatro de América y BBC.
- 14.30 Mi disco preferido.
- 17.00 Hora del té.
- 18.00 La Voz de Mellipilla.
- 19.00 La audición sin nombre.
- 19.30 Baile Ud. con nosotros.
- 20.00 Noticiero local y deportivo.
- 20.30 Obsequios Musicales Almacén La Estrella.
- 20.45 Música Chilena.
- 21.00 Compases de Tango.
- 21.15 Acuarelas musicales.
- 21.30 Violeta Jofré y Conj. Los Labradores. (LV.).
- 21.30 Partido Socialista Popular. (Miercos.).
- 21.30 Boleros. (MJS.).
- 21.45 Melodías Italianas. (MJS.).
- 22.00 Cía. de Radioteatro de Teresa Venegas.
- 22.30 Bailables transmitidos directamente desde la Plaza de San Antonio.

C. D. 132
Radio Baquedano
VALDIVIA

- 11.— Melodías matinales.
- 11.15 Intérpretes del bolero.
- 11.30 Así canta "América" (LMV).
- 11.30 Canciones y melodías tropicales (MJS).
- 12.— Éxitos populares.
- 12.15 Voces de la región (Cantares criollos).
- 12.30 Cóctel musical.
- 12.45 Diario del aire (Informativo).
- 13.— Melodías ligeras.
- 13.15 Brissas de España.
- 13.30 Discolandia.
- 14.— La voz de la RCA Víctor (MJS).
- 14.— Desfile Odeón (LMiér. V).
- 14.15 América musical.
- 17.— Variedades musicales.
- 17.30 Audición, teléfono N.º 1104.
- 18.30 Ritmo americano.
- 19.— Cancionero argentino (LMV).
- 19.— Orquestas diversas (MJS).
- 19.30 Cancionero popular.
- 20.— Radioteatro. (Cía. dirige Hernán Olave).
- 20.30 Orquestas de salón.
- 20.45 Diario del aire.
- 21.— Selecciones musicales.
- 21.15 Canciones del mundo.
- 21.30 Música brillante (Martes y Jueves).
- 21.30 Síntesis: Comentario mundial (L. Miérc. Viern.).
- 21.45 Música ligera.
- 22.— Mundo deportivo (L. Miérc. V).
- 22.05 Bar Radiogentina (MJS).
- 22.30 La ronda del baile.
- 23.— Informativo (Cadena Corporación).
- 23.15 Música entre las horas.
- 23.30 Fin de transmisiones.

C. B. 132
Radio Cochrane
DE VALPARAISO
RADIO COCHRANE

- 8.00 Noticioso "La Unión Informa", comentarios nacionales y extranjeros.
- 8.30 Orquestas ligeras.
- 9.00 Orquesta sinfónica (LMV). Solistas famosos. (M. J.S.).
- 9.30 Selec. de zarzuelas. (LMV). Selección de operetas. (MJS).
- 10.00 Grandes conjuntos orquestales. (LMV). Pequeños conjuntos orquestales. (MJS).
- 10.00 Música popular europea.
- 11.00 Canciones y boleros.
- 11.45 Audición del buen provecho. (Música española).
- 13.00 Casino del buen humor. (Programa a cargo de Oscar Olivares, "Efraín Contreras").
- 14.00 Audición argentina. (Orq. Tip. Solistas y Conj. folklóricos).
- 15.00 Fin de nuestra primera transmisión.
- 17.00 Bailables de la tarde. (Orq. Tip. Característica Tropical y Jazz).
- 18.00 Melodías populares sudamericanas.
- 19.00 Palabras y melodías. (Aníma Tegualda Flores).
- 19.30 Audición mutualista. (Números vivos).
- 20.00 Servicio informativo en castellano para la América Latina, directamente desde los Estados Unidos.
- 20.15 Audición del volante. (Órgano oficial del Sind. General de Autobuses de Valparaíso).
- 20.45 Orq. ligeras.
- 21.00 Conciertos ligeros.
- 21.15 Audición del faldr. (L. y V.).
- 21.30 Fragmentos de óperas.
- 22.00 Grandes autores de la música.
- 22.30 Orquestas de cámara.
- 23.00 Bailables de la noche.
- 23.00 Melodías y romance. Programa a cargo de nuestros auditores. (M. y S.).

C. C. 117
Radio Simón Bolívar
CONCEPCION

- 8.30 Repórter "ESSO".
- 9.00 Invitación a la música.
- 10.00 "DISCOMANIA".
- 10.30 Noticias.
- 11.30 Noticias.
- 11.35 GEOGRAFIA MUSICAL Y HUMANA DE CHILE.
- 12.00 Música selecta.
- 12.30 Noticias.
- 12.33 Cartelera Teatral.
- 12.50 Comentario de Actualidad.
- 13.15 "MOMENTO".
- 13.30 Repórter "ESSO".
- 14.00 "RUTAS DE IBERIA".
- 14.30 Resumen de Noticias.
- 17.00 Noticias.
- 17.03 Invitación a la Música.
- 17.30 El Rincón de los Sueños infantiles.
- 18.03 Noticias.
- 18.05 LA TARDE SUS POEMAS Y SU MUSICA (LMV.).
- 18.05 LUZ, CAMARA, ACCION.
- 19.00 Noticias.
- 20.00 Noticias.
- 20.02 Audición Deportes.
- 20.15 CUENTENOS SU VIDA. Concurso. (LMV.)
- 20.15 CRITICA DE RADIOARTE. (MJ.).
- 20.30 Repórter "ESSO".
- 20.35 MELODIAS DEL LABORATORIO PAIDINA (LMV.). (Cadena con Santiago, Radio Minería).
- 21.00 "NOSOTROS DECIMOS".
- 21.30 Radioteatro nocturno.
- 22.00 NOTICIAS.
- 22.05 HABLANDO SE ENTIENDE LA GENTE (LMV.).
- 22.05 BAR RADIOGENINA (Cadena con Minería) (MJS.).
- 22.30 REPORTER "ESO".
- 22.35 GRANDES CONCIERTOS NOCTURNOS DE MUSICA SINFONICA.
- 23.00 SEGUNDA EDICION DE "NOSOTROS DECIMOS".

C. D. 111
Radio Austral
PUNTA ARENAS

- 8. — Informativo.
- 8.30 El Repórter Esso.
- 12.30 Mensajes para el campo.
- 12.55 Copucha el Colegial. (LMV.).
- 13.05 Informativo.
- 13.30 El Repórter Esso.
- 16. — Audición del Pedido.
- 18.05 Informativo.
- 18.10 Mensajes para el campo.
- 19. — Rincón de los niños. (LMV.).
- 19.15 Alberto Barri y su armónica (L.).
- 19.30 La voz de la profecía (L.).
- 19.45 El estilista Adán Moraga.
- 20. — Cía. Radioteatro Epi-sódico.
- 20.30 El Repórter Esso.
- 20.40 El cuento del tío. (Mar.).
- 20.40 El cantor René Ojeda. (Mier.).
- De todo y para todos (J.).
- Cantor Carlos Osorio. (V.).
- Cantor Alfredo Pinto (S.).
- 21.05 Informativo.
- 21.15 Comentarios de Don Nadie (L.).
- La Voz del Deporte. (Mier.).
- 21.30 Comentarios del día. (L.).
- Versos y cantares bajo el cielo de España con Laurita López y José Scarpa (L y V).
- Audición Católica (J)
- 21.45 Cantante Nurka Moraga.
- 22. — Melodias de la Noche con Hugo del Villar (Mier.).
- 22.05 Bar Radiogenina (M. JS).
- 22.30 El Repórter Esso.
- 22.40 Radioteatro de América (LV).
- Casos y cosas de Chile (Mier.).
- 23.15 Informativo de la BBC.

C. D. 101
Radio Llanquihue
PUERTO MONTT

- 7.30 Noticiero en cadena.
- 8.45 Selección de selecciones.
- 9.00 Audición enfermos (Domingos).
- 9.30 Trasmisión Santa Misa (Domingo).
- 11.00 Cotizaciones Bursátiles (Cadena).
- 11.15 Música chilena.
- 12.00 Melodias universales.
- 12.40 Melodias inolvidables Orell.
- 12.45 Music Of Percy Faith.
- 13.00 Noticiero en cadena.
- 13.15 Capitanac (Cadena).
- 13.30 Música seleccionada.
- 14.60 A gusto del oyente.
- 15.00 Cotizaciones bursátiles.
- 17.00 Conierto de la tarde.
- 18.10 Comentarios con la BBC de Londres (L. M. J. y S.).
- 19.30 Noticiero en cadena.
- 19.00 Mes de María.
- 20.00 Desfile RCA. (M. J. y S.).
- Música chilena (L. M. y V.).
- 20.00 Sinfónica de Boston (Domingos).
- 20.15 Noticiero regional (L. a S.).
- 20.30 Radioteatro Genio (L. a V.).
- 21.00 Noticiero en cadena.
- 21.15 Familia chilena (M. J. y S.).
- Cancones Cooperativa (L. M. y V.).
- 21.30 Concierto de la noche).
- 22.00 Cadena Electer. (M. J. y S.).
- 22.00 Radioteatro en cadena (Domingos).
- 22.30 Radioteatro Vidriolan.
- 23.00 Desde el Casino Viña del Mar.

CC. 84
Radio A. Latorre
DE TALCAHUANO

- 12.00 RECITAL DE MUSICA SELECTA.
- 12.30 Choapino Tricolor.
- 12.15 Jazz en Blue.
- 13.00 Estrellas de la Canción.
- 13.15 BARAJA MUSICAL DE CHILE.
- 13.30 Ritmos tropicales.
- 13.45 Acordes porteños.
- 14.00 Sobresa Musical RCA Victor.
- 18.00 Concierto de Otoño.
- 18.30 DAMITA DUENDE Y SU CIA. INFANTIL.
- 19.00 Desfile Odeón - Columbia.
- 19.30 Vermouth amable.
- 20.00 COMENTARIOS DEL DEPORTE.
- 20.45 Acuarelas melódicas.
- 21.00 Exitos de Ayer y de Hoy.
- 21.15 BOLETIN DE NOTICIAS.
- 21.30 CIA. DE RADIOTEATRO DE LA EMISORA.
- 22.00 Ritmos y Canciones del Rímac.
- 22.15 Música Alemana.

EL DIAL Y SUS PROGRAMAS

- CB 57 Agricultura
FONO 36061
- CB 62 La Reina
FONO 66390
- CB 64 Andrés Bello
- CB 65 Chilena
FONO 89258
- CB 70 Santiago
FONO 36228
- CB 76 Cooperativa
FONO 08307
- CB 82 Pacifico
FONO 66657
- CB 83 Bulnes
FONO 32634
- CB 93 Nuevo Mundo
FONO 82324
- CB 97 Frat
FONO 30108
- CB 101 Yungay
FONO 31446
- CB 106 Minería
FONO 386664
- CB 114 Corporación
FONO 82497
- CB 116 Carrera
FONO 33753
- CB 120 U. Técnica
FONO 51506
- CB 126 Nacional
FONO 31782
- CB 130 Balmaceda
FONO 88419
- CB 134 Cervantes
FONO 32341
- CB 136 Panamericana
- CB 138 Cruz del Sur
FONO 62078
- CB 146 Magallanes
FONO 33615
- CB 150 Sudamérica
FONO 105 Cisterna
- CB 154 Chirinos
FONO 64684

COMENTARISTAS

- 9:00 CB 101 Fernán del Hecar.
- 9:10 CB 103 La Semana Noticiero (D).
- 9:15 CB 106 Noticias de Alejandro Casso.
- 9:40 CB 106 Noticias de Alejandro Casso.
- 9:45 CB 106 Noticias de Alejandro Casso.
- 10:20 CB 114 Radiovisión (MIS).
- 10:30 CB 116 de España.
- 10:35 CB 82 Televisión.
- 10:40 CB 106 Noticias Económicas (LMV).
- 10:45 CB 106 Noticias Políticas (MJS).
- 10:50 CB 70 Noticias (MJS).
- 10:55 CB 82 Sabores de los Dientes.
- 11:00 CB 82 Semáforo.
- 11:05 CB 106 Cine al Día.
- 11:25 CB 122 Radio Cine Teatro, E.V.
- 11:30 CB 82 La Semana Política (D).
- 11:35 CB 76 Periscopio.
- 11:40 CB 76 Periscopio.
- 11:45 CB 76 Periscopio.
- 11:50 CB 76 Periscopio.
- 11:55 CB 76 Periscopio.
- 12:00 CB 93 Noticias del Mundo.
- 12:05 CB 106 Noticias del Mundo.
- 12:10 CB 106 Noticias del Mundo.
- 12:15 CB 106 Noticias del Mundo.
- 12:20 CB 106 Noticias del Mundo.
- 12:25 CB 106 Noticias del Mundo.

OPERAS

- 12:30 CB 66 La Opera en serie.
- 13:00 CB 62 Selección Lirica.
- 13:05 CB 62 Selección Lirica.
- 13:10 CB 130 Selección Lirica.
- 13:15 CB 76 Selección Lirica (D).

DISC JOCKEYS

- 8:30 CB 66 Aya del Disco.
- 9:00 CB 66 Aya del Disco.
- 9:30 CB 66 Aya del Disco.
- 10:00 CB 66 Aya del Disco.
- 10:30 CB 66 Aya del Disco.
- 11:00 CB 66 Aya del Disco.
- 11:30 CB 66 Aya del Disco.
- 12:00 CB 66 Aya del Disco.
- 12:30 CB 66 Aya del Disco.
- 13:00 CB 66 Aya del Disco.
- 13:30 CB 66 Aya del Disco.
- 14:00 CB 66 Aya del Disco.
- 14:30 CB 66 Aya del Disco.
- 15:00 CB 66 Aya del Disco.
- 15:30 CB 66 Aya del Disco.
- 16:00 CB 66 Aya del Disco.
- 16:30 CB 66 Aya del Disco.
- 17:00 CB 66 Aya del Disco.
- 17:30 CB 66 Aya del Disco.
- 18:00 CB 66 Aya del Disco.
- 18:30 CB 66 Aya del Disco.
- 19:00 CB 66 Aya del Disco.
- 19:30 CB 66 Aya del Disco.
- 20:00 CB 66 Aya del Disco.
- 20:30 CB 66 Aya del Disco.
- 21:00 CB 66 Aya del Disco.
- 21:30 CB 66 Aya del Disco.
- 22:00 CB 66 Aya del Disco.
- 22:30 CB 66 Aya del Disco.
- 23:00 CB 66 Aya del Disco.
- 23:30 CB 66 Aya del Disco.

AUDITORIUM

- 12:00 CB 82 Escena Copoche 92 Colección.
- 12:30 CB 82 Escena Copoche 92 Colección.
- 13:00 CB 106 Escena Copoche 92 Colección.
- 13:30 CB 114 El Punto de Mabel Gardy.
- 14:00 CB 106 La Familia Chilena (MIS).
- 14:30 CB 76 Los Dientes (LMV).
- 15:00 CB 114 Escena Copoche 92 Colección.
- 15:30 CB 76 Los Dientes (LMV).
- 16:00 CB 114 Escena Copoche 92 Colección.
- 16:30 CB 76 Los Dientes (LMV).
- 17:00 CB 114 Escena Copoche 92 Colección.
- 17:30 CB 76 Los Dientes (LMV).
- 18:00 CB 114 Escena Copoche 92 Colección.
- 18:30 CB 76 Los Dientes (LMV).
- 19:00 CB 114 Escena Copoche 92 Colección.
- 19:30 CB 76 Los Dientes (LMV).
- 20:00 CB 114 Escena Copoche 92 Colección.
- 20:30 CB 76 Los Dientes (LMV).
- 21:00 CB 114 Escena Copoche 92 Colección.
- 21:30 CB 76 Los Dientes (LMV).
- 22:00 CB 114 Escena Copoche 92 Colección.
- 22:30 CB 76 Los Dientes (LMV).
- 23:00 CB 114 Escena Copoche 92 Colección.
- 23:30 CB 76 Los Dientes (LMV).

- 21:00 CB 106 El Chico Meneses (LMV).
- 21:05 CB 82 María de La Luz y Claudio de Paul (LMV).
- 21:10 CB 82 María de La Luz y Claudio de Paul (LMV).
- 21:15 CB 82 María de La Luz y Claudio de Paul (LMV).
- 21:20 CB 82 María de La Luz y Claudio de Paul (LMV).
- 21:25 CB 82 María de La Luz y Claudio de Paul (LMV).
- 21:30 CB 82 María de La Luz y Claudio de Paul (LMV).
- 21:35 CB 82 María de La Luz y Claudio de Paul (LMV).
- 21:40 CB 82 María de La Luz y Claudio de Paul (LMV).
- 21:45 CB 82 María de La Luz y Claudio de Paul (LMV).
- 21:50 CB 82 María de La Luz y Claudio de Paul (LMV).
- 21:55 CB 82 María de La Luz y Claudio de Paul (LMV).
- 22:00 CB 82 María de La Luz y Claudio de Paul (LMV).
- 22:05 CB 82 María de La Luz y Claudio de Paul (LMV).
- 22:10 CB 82 María de La Luz y Claudio de Paul (LMV).
- 22:15 CB 82 María de La Luz y Claudio de Paul (LMV).
- 22:20 CB 82 María de La Luz y Claudio de Paul (LMV).
- 22:25 CB 82 María de La Luz y Claudio de Paul (LMV).
- 22:30 CB 82 María de La Luz y Claudio de Paul (LMV).
- 22:35 CB 82 María de La Luz y Claudio de Paul (LMV).
- 22:40 CB 82 María de La Luz y Claudio de Paul (LMV).
- 22:45 CB 82 María de La Luz y Claudio de Paul (LMV).
- 22:50 CB 82 María de La Luz y Claudio de Paul (LMV).
- 22:55 CB 82 María de La Luz y Claudio de Paul (LMV).
- 23:00 CB 82 María de La Luz y Claudio de Paul (LMV).
- 23:05 CB 82 María de La Luz y Claudio de Paul (LMV).
- 23:10 CB 82 María de La Luz y Claudio de Paul (LMV).
- 23:15 CB 82 María de La Luz y Claudio de Paul (LMV).
- 23:20 CB 82 María de La Luz y Claudio de Paul (LMV).
- 23:25 CB 82 María de La Luz y Claudio de Paul (LMV).
- 23:30 CB 82 María de La Luz y Claudio de Paul (LMV).
- 23:35 CB 82 María de La Luz y Claudio de Paul (LMV).
- 23:40 CB 82 María de La Luz y Claudio de Paul (LMV).
- 23:45 CB 82 María de La Luz y Claudio de Paul (LMV).
- 23:50 CB 82 María de La Luz y Claudio de Paul (LMV).
- 23:55 CB 82 María de La Luz y Claudio de Paul (LMV).

RADIOTEATRO

- 9:00 CB 82 Lucía Borna (Romántico).
- 9:30 CB 82 Lucía Borna (Romántico).
- 10:00 CB 82 Lucía Borna (Romántico).
- 10:30 CB 82 Lucía Borna (Romántico).
- 11:00 CB 82 Lucía Borna (Romántico).
- 11:30 CB 82 Lucía Borna (Romántico).
- 12:00 CB 82 Lucía Borna (Romántico).
- 12:30 CB 82 Lucía Borna (Romántico).
- 13:00 CB 82 Lucía Borna (Romántico).
- 13:30 CB 82 Lucía Borna (Romántico).
- 14:00 CB 82 Lucía Borna (Romántico).
- 14:30 CB 82 Lucía Borna (Romántico).
- 15:00 CB 82 Lucía Borna (Romántico).
- 15:30 CB 82 Lucía Borna (Romántico).
- 16:00 CB 82 Lucía Borna (Romántico).
- 16:30 CB 82 Lucía Borna (Romántico).
- 17:00 CB 82 Lucía Borna (Romántico).
- 17:30 CB 82 Lucía Borna (Romántico).
- 18:00 CB 82 Lucía Borna (Romántico).
- 18:30 CB 82 Lucía Borna (Romántico).
- 19:00 CB 82 Lucía Borna (Romántico).
- 19:30 CB 82 Lucía Borna (Romántico).
- 20:00 CB 82 Lucía Borna (Romántico).
- 20:30 CB 82 Lucía Borna (Romántico).
- 21:00 CB 82 Lucía Borna (Romántico).
- 21:30 CB 82 Lucía Borna (Romántico).
- 22:00 CB 82 Lucía Borna (Romántico).
- 22:30 CB 82 Lucía Borna (Romántico).
- 23:00 CB 82 Lucía Borna (Romántico).
- 23:30 CB 82 Lucía Borna (Romántico).
- 24:00 CB 82 Lucía Borna (Romántico).

Dirección de Informaciones del Estado

DEPARTAMENTO DE RADIO

CB 23	Nuevo Mundo, de ...	7:00 a 7:30
CB 111	Cervantes, de ...	7:30 " 8:00
CB 126	Cruz del Sur, de ...	8:30 " 9:00
CB 82	Bulnes, de ...	9:30 " 10:00
CB 126	Nacional, de ...	10:00 " 10:30
CB 116	Carrera, de ...	10:30 " 11:00
CB 82	Pacifico, de ...	11:00 " 11:30
CB 70	Santiago, de ...	11:30 " 12:00
CB 66	Chileno, de ...	12:00 " 12:30
CB 76	La Cooperativa Vitalista, de ...	12:30 " 13:00
CB 114	Corporación, de ...	13:00 " 13:30
CB 106	Minería, de ...	13:30 " 14:00
CB 82	La Reina, de ...	14:00 " 14:30
CB 57	Frat, de ...	14:30 " 15:00
CB 146	Magallanes, de ...	15:00 " 15:30
CB 57	Agricultura, de ...	15:30 " 16:00
CB 101	Yungay, de ...	16:00 " 16:30
CB 130	Balmaceda, de ...	16:30 " 17:00
CB 64	Andrés Bello, de ...	17:00 " 17:30
CB 136	Panamericana, de ...	17:30 " 18:00
CB 110	Sudamericana, de ...	18:00 " 18:30

PROGRAMAS DE VALPARAISO PARA EL MES DE MARZO DE 1966

PROGRAMAS DE EMISORAS SURENAS PARA MARZO DE 1966

Table with 10 columns representing radio stations: C. E. 68, C. B. 73, CB 118, C. B. 111, C. B. 112, CC. 109, CC. 125, CC. 96, CC. 135, and CB. 156. Each column lists broadcast times and program titles.

MES DE MARZO DE 1970



PROGRAMA DE MARZO

Un programa entre las 6 y la 1 de la madrugada,
con sus amigos de siempre:

- 6.00 ALFONSO PALACIOS.
- 7.00 PRIMERA PLANA.
- 9.00 FREDDY HUBE.
- 12.00 ALFONSO PALACIOS.
- 13.30 PRIMERA PLANA.
- 14.00 PABLO AGUILERA.
- 17.00 FREDDY HUBE.
- 19.30 MALON 66 CON JUAN LA RIVERA.
- 22.00 PRIMERA PLANA.
- 22.30 PABLO AGUILERA.
- 1.00 INFORMATIVO Y DESPEDIDA.

DOMINGO

- 7.00 INFORMATIVO.
- 7.15 ALFONSO PALACIOS.
- 10.00 CORREO DEL DOMINGO.
(Con Mons. Edo. Lecourt).
- 10.50 FREDDY HUBE.
- 13.45 INFORMATIVO.
- 14.00 PABLO AGUILERA.
- 17.00 FREDDY HUBE.
- 20.00 MALON BAILABLE, CON JUAN LA RIVERA.
- 22.00 INFORMATIVO.
- 22.15 TU Y LAS CANCIONES CON PABLO AGUILERA.
- 24.00 DESPEDIDA.

EL ALEGRE
MALON 66

con más premios
y nuevos concursos

SIEMPRE EN
PRIMER LUGAR
DE SINTONIA

De Lunes a Sábado
a las 19.30 horas.

Animación del
popular.

JUANITO
LA RIVERA

CB 66
Radio Chilena

ESCUCEB
 A
HERNAN PEREIRA
 CON
"EL BINGO" SHOW
 CONCURSOS VISITAS SORPRESAS Y REGALOS
 ★
VENGA AL AUDITORIUM DE COOPERATIVA
 ★
MAYOR COMODIDAD Y MEJOR ACUSTICA ALEGRIA Y PREMIOS



CB 76 RADIO COOPERATIVA

PROGRAMA DE MARZO

"ARRIBA con PEPE ABAD y SERGIO URTUBIA"	7.00 a 9.00
"El Show de RICARDO GARCIA"	9.00 a 11.00
"Disco a disco con HERNAN PEREIRA"	11.00 a 13.30
"Noticias"	13.30 a 14.00
Comentan: IGOR ENTRALA (L., M. y V.) RAFAEL KITTSTEINER (M., J. y S.).	
(Discos en la tarde).	
"Su amigo JUAN CARLOS GIL"	14.00 a 17.00
"Los Amigos de MARIA PILAR"	17.00 a 18.00
"El Show de RICARDO GARCIA"	18.00 a 19.30
"BINGO SHOW". Música, alegría, concursos, premios.	19.30 a 22.00
"REPORTAJES". Noticias, deportes, actualidad, política (L. a S.).	22.00 a 22.30
"Discos en la noche con JUAN C. GIL"	22.30 a 0.30

Lo que ocurre en el mundo al instante en las noticias de Cooperativa cada hora.

El deporte más popular "el FUTBOL", vistos para usted por

SERGIO BRODFEL,
 DARIO VERDUGO y
 CARLOS GONZALEZ MARQUEZ

Resúmenes noticiosos en detalle, a las 8.00 - 13.30 - 22.00



PROGRAMA DE MARZO

7.00 a 9.00	DISJOCKEY MANANERO ,con Mario Pesce.
9.00 a 10.15	EXITOS Y RECUERDOS, con Carlos Hidalgo.
10.15 a 12.15	A ESTA HORA NO ESTA SOLA SEÑORA, con Gerardo Bastidas.
12.15 a 13.15	LA POLLA DEL DISCO, con Luis Rodríguez Araya.
13.15 a 13.45	LA NOTICIA EN ORBITA.
13.45 a 15.30	"VERANO 70", con Mario Pesce.
15.30 a 18.30	"VERANO 70", con Carlos Hidalgo.
18.30 a 21.15	"VERANO 70", con Luis Rodríguez.
21.15 a 21.30	BOLETIN NOCTURNO.
21.30 a 24.00	EN RUTA A LA MEDIANOCHE.

de 19 a 22 horas
 Lunes a Sábado

CB 101

CB
101

Radio Magallanes

PROGRAMA DE MARIO

RADIO

M
A
G
A
L
L
A
N
E
S

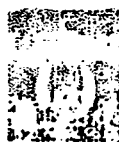
LA

EMISORA

CLAR

- 6.30 Saludo de la emisora.
- 6.31 A buscar casa.
- 7.00 Suplemento Cerveza y Deporte
- 7.30 Informativo El Teniente.
- 7.45 Los discos del recuerdo.
- 8.00 Informativo
- 8.03 La nota humana
- 8.10 Hoy en la historia
- 8.30 Listo para el combate
- 8.50 ¡Sáquele el jugo a la platita
- 9.00 Informativo
- 9.03 La mañana con Almac
- 10.00 Informativo
- 11.00 Informativo
- 11.03 Popularísimo
- 12.00 Informativo
- 12.03 La disquería
- 13.00 Informativo
- 13.03 Almorzando con El Pello
- 13.15 Informativo El Teniente.
- 13.30 Opina Magallanes
- 13.40 Sobremesa amable
- 13.55 Intermedio.
- 14.00 Informativo
- 14.03 Cámara de Comercio Minorista.
- 14.03 La Cerveza y el Deporte.
- 14.15 Cuando México canta
- 15.00 Informativo
- 15.30 Las tardes con Almac
- 16.00 Informativo
- 17.00 Informativo
- 17.30 Discofonía juvenil
- 18.00 Informativo
- 18.30 La Colmena
- 19.00 Informativo
- 20.00 Informativo
- 20.03 Los favoritos de Cachantún
- 20.45 Informativo El Teniente.
- 21.00 La Cerveza y el Deporte).
- 21.15 Comentarios hípicas.
- 21.30 La Tribuna Popular
- 21.30 Comentarios hípicas
- 21.45 Tiempos modernos
- 22.00 Diga lo que piensa
- 22.00 Fiesta fantástica (Landáez)
- 23.00 Momento de tango (Alvarez).
- 24.00 Resumen informativo
- 24.03 Soñando en la noche
- 24.50 Fin de la transmisión.

Sábado



CB 101
RADIO MINERIA

PROGRAMA DE MARZO

- 6.30 SALUDANDO EL DIA, con Esteban Lob
- 7.00 NOTICARIO DEL COBRE CHILENO
- 9.00 RADIONOTICIAS ODONTINE.
- 9.05 LA LOTERIA MUSICAL con Soledad de los Reyes, Ruperto Estay, Alejandro Chavez, Jenn Smith y Esteban Lob.
- NOTICIAS EN MINERIA, a las 10, 11 y 12 hrs.
- 12.45 NOTICARIO DEL COBRE CHILENO.
- 13.30 REPORTER ESSO.
- 13.40 LOS COMENTARIOS DE IGOR ENTRALA.
- 13.50 EL CORREO DE MINERIA.
- 14.30 LA LOTERIA MUSICAL, con Soledad de los Reyes, Ruperto Estay, Alejandro Chavez, Jenn Smith y Esteban Lob.
- NOTICIAS EN MINERIA, a las 15, 16, 17 y 18 horas.
- 19.00 RADIONOTICIAS ODONTINE.
- 19.05 DISCOMANIA.
- 20.30 CADENA DEPORTIVA.
- 20.50 ESTO OCURRIÓ HOY, con Raúl González Alfaro.
- 21.00 REPORTER ESSO.
- 21.07 COMENTARIOS DE EUGENIO LIRA MASSI. (Martes, Jueves y Sábado)
- 21.10 LA ENTREVISTA DE EUGENIO LIRA MASSI. (Lunes, Miércoles y Viernes).
- 21.30 NOTICARIO DEL COBRE CHILENO.
- 21.40 EL CORREO DE MINERIA.
- 22.30 REPORTER ESSO.
- 22.40 LA HORA 20.
- 0.20 NOTICARIO DEL COBRE CHILENO.
- 0.30 FIN DE LA TRANSMISION.



CB 111 RADIO PRAT

PROGRAMA DE MARZO

- 7.30 ROTATIVA DE LOS EXITOS.
- 8.30 MAÑANITAS CAMPESINAS.
- 8.00 ESPAÑA 70.
- 9.00 MUNDO MUSICAL.
- 9.30 REGALO DE CUMPLEAÑOS.
- 10.00 ASISTENCIA SOCIAL.
- 11.00 TANGO CLUB.
- 11.30 SURCOS DEL RECUERDO.
- 12.00 CANTA RAPHAEL.
- 12.30 MUSICA Y DEPORTES.
- 13.00 CASOS Y COSAS DEL DEPORTE.
- 13.30 LOS CUATRO GRANDES DE LA FAMA. (Favio, Sandro, Adamo y Pollo).
- 14.30 CARTAS DE MEXICO.
- 15.00 ROTATIVA DE LOS EXITOS.
- 18.00 COMPASES DE BUENOS AIRES.
- 18.30 DISCOSHOW.
- 19.00 REGALO DE CUMPLEAÑOS.
- 19.30 MESA DEL DEPORTE.
- 20.00 CANTA RAPHAEL.
- 20.30 MELODIAS.
- 21.00 LA PENA FOLKLORICA DEL GAUCHO GIRALDO (M., J. y S.).
BROCHAZOS DE LA PAMPA. (L., M. y V.).
- 21.30 BOLEROS EN LA NOCHE.
- 22.00 LA NOCHE Y LA MUSICA.
- 24.00 NOCHE DE GALA.



PROGRAMA DE MARZO

- 6.15 SALUDO DE LA CANDELARIA.
 - 6.33 TERTULIA MATINAL, con Juan Carlos Meneses. Alegre música, concurso, premios, servicio.
 - 8.00 RECUERDOS DE LA VIEJA VICTROLA. Cosas del ayer, con música...!!! Programa: J. Echeverría
 - 9.00 EL DANDO DANDO, con Alfredo Rivera. Secciones gratas e interesantes. Concursos, premios, rankings populares.
 - 12.00 CANONAZO Y... comienza "EL DESPIPE", con Juan Carlos Meneses.
 - 14.00 LA CANDELARIA EN MEXICO, Alejandro Ramirez.
 - 15.00 TALO TILO, el amigo de los niños.
 - 15.10 "LOS SUPERCLASES", con Alejandro Ramirez.
 - 17.00 EL DANDO DANDO y las apuestas musicales.
 - 19.30 SHOW "ASES DEL TANGÓ", con la actuación de las mejores orquestas típicas y los más célebres cantantes. Anima: Pedro Guevara.
 - 21.00 a 22.00 SHOW EL DESPIPE, desde la casa de la Candelaria.
 - 22.10 CIRCULO ROJO. Resumen comentado de los hechos policiales.
 - 22.20 SINTESIS, con Octavio Neira.
 - 22.00 FIESTA DE LA CANDELARIA. Bailoteo, concurso: "Reservado con Regalos" y su gran fin de fiesta. Anima: Aquiles Montalva.
- Necesita empleo, algo de vender, algo que comprar? Sus documentos están en la Casa de La Candelaria, de 10 a 13 y de 15 a 20, le atiende H. H.

Y TODAS LAS MAÑANAS: LA CANCION DEL VITAL DE CANDELARIA.

SABADOS Y VISPERAS FESTIVOS HASTA LAS 3 A.M.
ESTUDIOS:

MONJITAS 626 -- OFICINA 21 -- TELEFONO 398748



CB 114 - PROGRAMA DE MARZO

CORPORACION

LA RADIO DE CORPORITO

- 5.55 SALUDO DE LA EMISORA.
- 6.00 COMENZANDO EL DIA (el día y su historia).
- 6.30 CORPORITO EN LA NOTICIA.
- 6.30 CHILE AGRICOLA (al servicio del agro chileno).
- 7.00 CORPORITO EN LA NOTICIA.
- 7.30 DESAYUNO CON LA PRENSA (con Rafael Otero).
- 7.55 HABLA SOTO.
- 8.00 CHILE 70.
- 8.10 CORPORITO SHOW.
- 8.20 CRONICAS EN CAMISA (con Julio Martínez).
- 8.50 CORPORITO EN LA NOTICIA.
- 9.00 CORPORITO AL RITMO DE BOLERO (Enrique Balladrest).
- 9.10 ZULMA (grafología).
- 9.20 ZULMA (horóscopo).
- 9.30 CORPORITO EN LA NOTICIA.
- 9.35 CONFIDENCIAS DEL CORAZON (Doctora Consuelo).
- 10.00 MAGAMATY (con Patricio Varela).
- 10.30 CORPORITO EN LA NOTICIA.
- 11.00 CORPORITO SHOW.
- 11.30 CORPORITO EN LA NOTICIA.
- 11.45 CHILE 70.
- 12.35 CHILE 70.
- 13.45 LAS CRONICAS DE TITO MUNDT.
- 13.50 AHORA ES BUENO RECORDAR (Julio Moreno Toledano).
- 14.00 EL GRAN RADIOTEATRO.
- 16.00 CORPORITO SHOW.
- 16.30 CORPORITO EN LA NOTICIA.
- 17.15 CHILE 70.
- 18.30 CORPORITO EN LA NOTICIA.
- 18.35 SUPER SHOW (Ciudad de los Artistas).
- 20.35 TRIBUNA DEPORTIVA (Julio Martínez y Gustavo Aguirre).
- 21.05 CRONICAS DE TITO MUNDT.
- 21.45 CHILE 70.
- 22.00 CASO 114 (programa para tangofilos).
- 22.30 CORPORITO EN LA NOTICIA.
- 22.33 EL DISC JOCKEY DEL TIEMPO.
- 23.30 CORPORITO EN LA NOTICIA.
- 0.30 a 6.00 CORPORACION A SUS ORDENES.

VIVA FELIZ ... CON UNA RADIO FELIZ ... CORPORACION!

RADIO PORTALES

CB 118 - CE 602

PROGRAMA DE MARZO

¡¡EXITOS DE PORTALES!!

- 6.00 Nuestro saludo.
- 6.05 Noticias con el informativo más madrugador.
- 6.08 Le alegramos su despertar con grandes canciones.
- 7.00 Comienza LA REVISTA DE LA MAÑANA.
- 7.45 "PORTALEANDO", con J. Aída.
- 9.30 CONFIDENCIAS DE UN ESPEJO (Cristhie Brandt).
- 10.05 Los Tralalá impactos, con Ringo Marchant.
- 12.00 PANORAMA INFORMATIVO.
- 12.30 LO QUE CUENTA EL VIENTO (Cristhie Brandt).
- 13.00 CARROUSSEL DEL AIRE y su Hogar, dulce hogar.
- 13.15 IMPACTO (Germán Gamonal).
- 14.00 H. P. EN PORTALES (M. J. y S.).
- 14.00 LA REVISTA DE LA TARDE.
- 14.30 Primer Impacto, con Linda Grau y Enrique Román, Radioteatro Unitario.
- 15.40 Una historia diferente cada día, con la Cla. de Reveres Sanhueza "Cadenas de Arzor".
- 16.52 Radioteatro en serie, con Emilio Gaete y Soledad de los Reyes.
- 18.00 LA HISTORIA POLICIAL EXTRA. David Acevedo.
- 19.30 SHOW CONTINUADO. Dos horas con los favoritos del canto. Desfile estelar con grandes actuaciones: Arturo Gatica, Marcelo, Marcelo Rossi, Los Records y Los Angeles. En la risa, la presencia de Jorge Romero; Hogar dulce hogar y Quien tiene la razón.
- 21.30 UNA HORA CON LA REVISTA DE LA NOCHE. Luis Hernández Parker, Germán Gamonal y Mario Gómez López.
- 22.30 LOS OFENSORES. Vida y pasión de una víctima. elenco: Néstor Corona, Cecilia Soler, Alfredo Rojas, Velia Marín y Sergio Urrutia.
- 23.30 LOS MALOS PASOS.
- 27.40 Saludando la noche, con Patricio Varela.
- 1.30 Fin de la transmisión.

¡¡EXITOS DE PORTALES!!

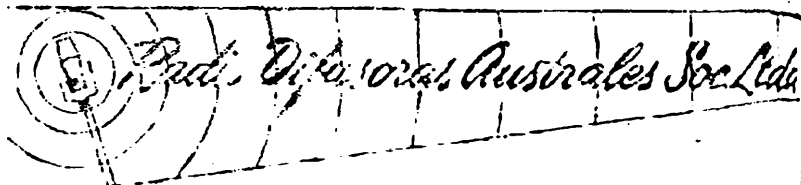
CC 126 RADIO CONDELL — CURICO

6.50 Música y saludos.	16.30 Cantares de Chile.
8.00 Radionoticias Odontina.	16.45 Concierto Teatro Victoria.
8.35 ¿Amisració bien?	18.00 Radionoticias Odontina.
10.30 Lo que pide el oyente.	18.15 Tocabiscos Irigoyen y Premios.
11.15 Una cita con la Patria.	Italia Canta, Servicentro Esso
11.45 Cantares de España.	20.15 Radiodeportes Condell.
12.15 Concierto Teatro Victoria.	Canciones y melodías para Ud.
12.45 Los éxitos en 4 melodías Philco.	21.00 Cantares de la Patria.
14.00 Radionoticias Odontina.	Una voz, una melodía y un recuerdo (D).
14.30 Intermedio Vitelmin-Baycol.	21.30 Fantasías musicales.
15.15 México y sus intérpretes.	22.20 Lo que pide el oyente.
El fútbol en su hogar.	24.00 Radionoticias Odontina.
16.00 Una orquesta cada día	

SUPLEMENTO "RADIOMANIA" — 51

CA 140 RADIO ATACAMA — COPIAPO

7.30 Saludos de la emisora.	15.30 Candelitas de la Juventud.
7.33 "Su mañana musical en Radio "Atacama".	16.00 Sólo para señoras.
8.00 El Repórter Esso.	16.30 Sólo para caballeros.
8.05 Los hombres y los libros.	17.00 La actualidad disquera.
8.06 Un minuto con la historia.	17.30 Séptimo arte.
8.07 Continuación de "Su mañana musical.	18.00 Barrio arrabalero.
8.30 Discomanía Familiar.	18.30 Discomanía.
9.00 Bolero.	19.00 Ritmo en el aire.
9.30 Su intérprete favorito.	19.30 La hora italiana.
10.00 Estamos en su hogar.	20.00 Radio Deportes y Noticias musicales del Conservatorio de Música.
12.00 Chile y su folklore.	20.30 Ruta 140.
12.30 Con permiso... soy el tango.	21.00 El Repórter Esso.
13.00 Noticias en Radio Atacama.	21.05 Los hombres y los libros.
13.30 El Repórter Esso.	21.06 Un minuto con la historia.
13.35 Los hombres y los libros.	21.07 Sala de conciertos.
13.40 Un minuto con la historia.	22.00 Guardia nocturna de la noticia.
13.41 El show internacional de las estrellas, Disc-Jockey.	22.30 El Repórter Esso.
14.00 Melodías de sobremesa.	22.35 Los hombres y los libros.
15.00 Éxitos del sello Phillips.	22.36 Un minuto con la historia.
15.15 Éxitos del sello Odeón.	22.37 Hacia la medianoche.
	24.30 Fin de las transmisiones.



CADENA DEL PACIFICO SUR

CD 134 RADIO "ELEUTERIO RAMIREZ" — OSORNO

7.00 Informativo nacional.	14.05 Matinée 69.
7.15 Agricultor al día.	14.30 Radioprogramas de Chile.
7.30 Fanorama nacional.	15.30 Bloques regional.
8.00 Tómbola musical.	17.00 Los favoritos del público.
8.30 Su desayuno musical.	17.30 Tardes Felicomarket.
9.00 Radioprogramas de Chile.	18.30 Música y canciones de Maza
9.30 Cambalache.	19.30 Rutas.
10.00 Buzón de empleos.	20.00 La hora alemana.
10.15 Gratas melodías.	20.30 Programa Dedisor (M. J. S)
10.30 Audición de los enfermitos.	20.45 Carnegie Hall.
11.30 Recuerdos musicales.	21.00 Informativo Sur.
12.00 Un extraño en su cocina.	21.15 Paisaje chileno.
12.40 Reflejos de la ciudad.	21.30 Noticias.
12.45 Informativo nacional.	22.00 Nocturno selecto.
13.00 Aperitivo musical.	22.30 Tú, la noche y yo.
13.15 Informativo Pilmaiquén.	23.00 Radiomagazine.
13.30 Derecho al grano.	23.30 Disco ranking de mediodía.
13.45 Sobremesa amable.	24.30 Fin de las transmisiones.

CE 133 RADIO V. PEREZ ROSALES - PUERTO MONTT

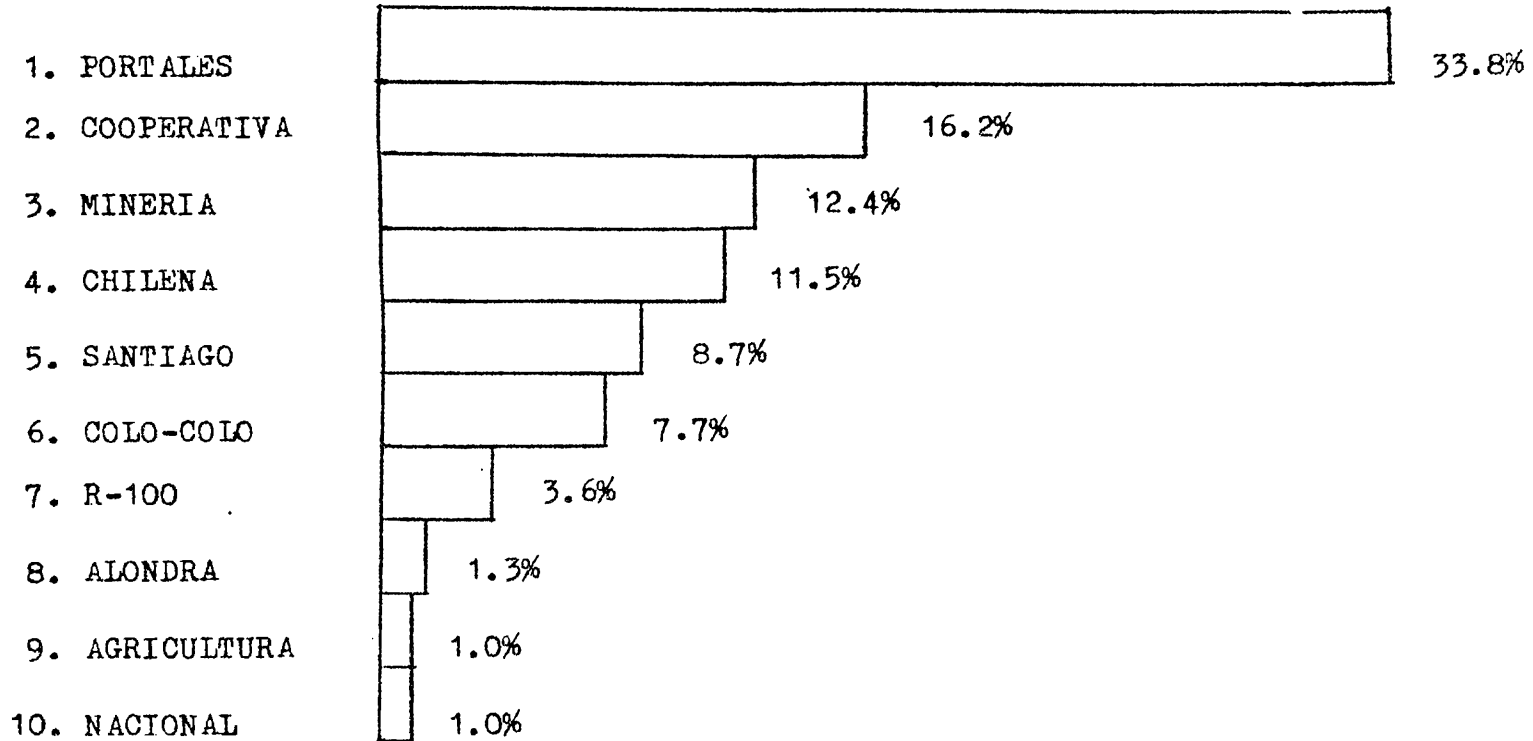
6.55 Iniciación de las transmisiones.	14.35 Radioprogramas de Chile.
7.15 Chile, su canto y su música.	15.30 Informativo Blundell.
7.30 Música y recuerdos.	15.35 Tardes musicales.
8.00 El Repórter Esso.	16.30 Radionoticias Odontine.
8.05 Levántese de buen humor.	17.05 Tesoro de éxitos Odeón.
8.30 Radionoticias Odontine.	17.35 Niñolandia.
8.35 Radioprogramas de Chile.	18.05 Sesión de éxitos Phillips.
9.35 Cita con el bolero.	18.30 Radionoticias Odontine.
10.05 Radioteatro "Los dos pelusas"	18.35 Disco Hits.
0.30 Radionoticias Odontine.	19.05 Adiós al Séptimo de Libertad
10.35 Por los senderos del tango.	19.30 Radionoticias Odontine.
11.05 Para la cueña de casa.	19.35 Música desde la tierra de los molinos de viento.
12.00 Melodía folklórico.	19.45 Escucha bien campesina.
12.15 Programa Cooperativa Industrializadora de Cerdos.	20.05 Stop a las 20.
12.30 Radionoticias Odontine.	20.15 Contrapunto.
12.35 Amenidades.	20.35 Viva Feliz.
12.50 Programa Banco Crédito e Inversiones.	21.30 Radionoticias Odontine.
13.30 El Repórter Esso.	21.35 Una orquesta en la noche.
13.35 Operación noticia.	22.00 Operación noticia.
14.05 Canciones y melodías de México	22.30 El Repórter Esso.
14.30 Radionoticias Odontine.	23.05 La discoteca nocturna.
60 — SUPLEMENTO "RADIO MANIA"	24.00 Fin de las transmisiones.

A N E X O N º 2

S I N T O N I A R A D I A L

SINTONIA RADIAL EN RELACION AL TOTAL AM

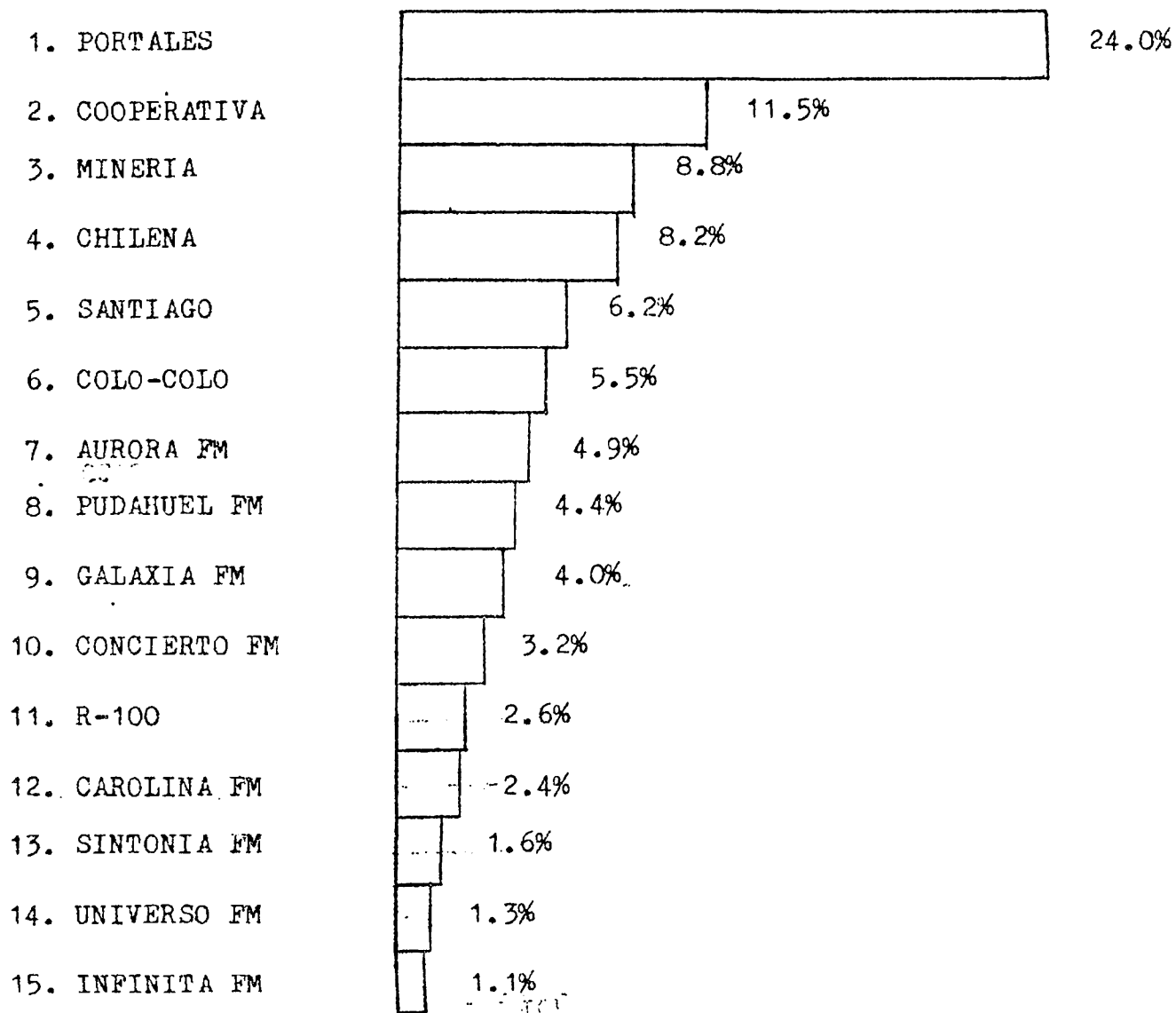
LUNES A SABADO



Fuente: Encuesta de sintonía en hogares. Testmerc. Abril 1985.

SINTONIA RADIAL EN RELACION AL TOTAL AM-FM

LUNES A SABADO



- 2 -

SINTONIA RADIAL DEL TOTAL AM-FM SEGUN ESTRATO

SOCIOECONOMICO

ESTRATO ALTO

<u>Posición</u>	<u>Radio</u>	<u>Ponderación</u>	<u>Participación (%)</u>
1.	Cooperativa	3.98	16.8
2.	Minería	2.91	12.3
3.	Portales	2.73	11.5
4.	Concierto FM	2.00	8.5
5.	Chilena	1.34	5.7
6.	Infinita FM	1.05	4.4
7.	Carolina FM	0.76	3.2
8.	Aurora FM	0.73	3.1
9.	Galaxia FM	0.70	3.0
10.	Sintonía FM	0.66	2.8
11.	Pudahuel FM	0.64	2.7
12.	La Ciudad FM	0.63	2.7
13.	R-100	0.63	2.7
14.	San Cristóbal FM	0.52	2.2
15.	Universo FM	0.49	2.1
	Otras AM	1.54	6.5
	Otras FM	2.00	8.5
	Total AM	13.11	55.5
	Total FM	10.17	43.0
	NS/NR	0.36	1.5
	Total Encendidos	23.64	100 %

ESTRATO MEDIO

<u>Posición</u>	<u>Radio</u>	<u>Ponderación</u>	<u>Participación (%)</u>
1.	Portales	10.15	30.8
2.	Cooperativa	3.67	11.1
3.	Mixería	2.99	9.1
4.	Chilena	2.89	8.8
5.	Aurora FM	1.46	4.4
6.	Galaxia FM	1.43	4.3
7.	Colo-Colo	1.19	3.6
8.	Santiago	1.05	3.2
9.	Pudahuel FM	1.00	3.0
10.	Concierto FM	0.89	2.7
11.	R-100	0.86	2.6
12.	Carolina FM	0.74	2.2
13.	Sintonía FM	0.49	1.5
14.	Universo FM	0.43	1.3
15.	San Cristóbal FM	0.32	1.0
	Otras AM	1.41	4.3
	Otras FM	1.56	4.7
	Total AM	24.20	73.4
	Total FM	8.31	25.2
	NS/NR	0.45	1.4
	Total Encendidos	32.96	100 %

ESTRATO BAJO

<u>Posición</u>	<u>Radio</u>	<u>Ponderación</u>	<u>Participación (%)</u>
1.	Portales	7.16	21.1
2.	Cooperativa	3.54	10.4
3.	Santiago	3.35	9.9
4.	Chilena	2.78	8.2
5.	Colo-Colo	2.74	8.1
6.	Minería	2.61	7.7
7.	Pudahuel FM	2.05	6.0
8.	Aurora FM	1.95	5.8
9.	Galaxia FM	1.36	4.0
10.	R-100	0.86	2.5
11.	Carolina FM	0.81	2.4
12.	Concierto FM	0.77	2.3
13.	Universo FM	0.51	1.5
14.	Sintonía FM	0.46	1.4
15.	Alondra	0.37	1.1
	Otras AM	1.20	3.5
	Otras FM	1.10	3.2
	Total AM	24.61	72.6
	Total FM	9.01	26.6
	NS/NR	0.27	0.8
	Total Encendidos	33.89	100 %

Fuente: Encuesta de sintonía en hogares, Testmerc, Abril 1985

A N E X O N º 3

C O N C E S I O N E S R A D I A L E S

CONCESIONES OTORGADAS :

1922-30 : 15
1931-40 : 70
1941-50 : 49
1951-60 : 57
1961-70 : 135 #

Muchas de ellas son renovaciones por cumplir 30 años.

Fuente: Willson, Carlos. "La Radiotelefonía y su Importancia en el Desarrollo Nacional". CINDE, 1982.

CONCESIONES EXISTENTES :

	<u>Onda larga</u>	<u>Onda corta</u>	<u>FM</u>	<u>Total</u>
1958	97	22	2	121
1959	97	22	2	121
1960	101	22	5	128
1965	132	29	32	193
1968	146	30	41	217
1969	147	32	39	218

Fuente: Superintendencia de Servicios Eléctricos, de Gas y Telecomunicaciones.

CONCESIONES DE RADIOS EXISTENTES 1977 - 1985

Región	1977		1978		1979		1980		1981		1982		1983		1984		1985	
	FM	AM	FM	AM	FM	AM	FM	AM	FM	AM	FM	AM	FM	AM	FM	AM	FM	AM
I	-	6	2	7	4	7	6	7	8	7	8	7	8	8	10	8		
II	-	14	3	13	4	13	5	12	6	13	6	13	9	13	9	13	11	8
III	-	6	2	6	2	7	2	7	3	7	3	7	4	7	6	7	11	11
IV	-	7	2	6	3	6	3	6	3	7	3	7	4	7	6	7	8	8
V	3	16	8	17	8	18	12	17	21	19	22	19	23	19	25	13	8	8
VI	-	6	1	6	2	5	3	6	3	6	3	6	3	6	4	6	26	19
VII	1	10	4	11	4	11	5	10	9	11	9	11	10	10	10	10	3	6
VIII	1	20	6	21	9	22	13	21	18	21	20	21	22	21	23	22	9	10
IX	-	12	1	14	2	16	2	14	2	15	4	14	6	15	9	14	22	22
X	1	14	2	13	2	14	5	14	8	15	12	15	14	16	15	17	10	13
XI	-	3	-	3	2	4	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	16	16
XII	1	6	1	5	2	5	2	5	4	5	4	5	6	5	6	6	3	3
METROP.	14	20	17	20	18	19	19	20	23	20	24	20	21	22	26	23	6	7
TOTAL	21	140	49	142	62	147	79	142	110	149	120	148	132	152	151	155	25	24
TOTAL AM-FM	161		191		209		221		259		268		284		306		158	152
																	310	

Fuente : 1977 : Superintendencia de Servicios Eléctricos, de Gas y Telecomunicaciones.
 1978-84 : Ministerio de Transportes, Subsecretaría de Telecomunicaciones.
 1985: Asociación de Radiodifusores de Chile (ARCHI)

ANEXO N°4

IMPORTACIONES DE RECEPTORES DE RADIODIFUSION, INCLUSO COMBINADO
CON APARATOS DE REGISTRO O DE REPRODUCCION DE SONIDO
VALOR C.I.F.

1979	US \$ 43.279.000
1980	US \$ 61.311.000
1981	US \$ 65.301.000
1982	US \$ 17.465.000
1983	US \$ 11.090.000
1984	US \$ 17.805.000

Fuente: Banco Central

A N E X O N º 5



PROGRAMACION DE RADIO COOPERATIVA

- 06.00 a 08.30 EL DIARIO DE COOPERATIVA.
Edición Matinal , con sistema rotativo, circular de informaciones ,3 boletines de 15' ; 15' y 18' ;15 informes promedio , comentarios y móvi- en en la calle .Un conductor (Sergio Campos), te- letipos e informaciones del momento. Servicios de utilidad pública.
- 08.30 a 13.00 TODO MUSICA .-
Secuencia musical en base a módulos de media hora en que se incluyen 7 discos , 1 despacho de servicios y uno de prensa ,La hora , Tempe- ratura y despacho de espectáculos.
- 13.00 a 14,00 EL DIARIO DE COOPERATIVA .
Edición de mediodía , Dos boletines de 20 minu- tos, comentarios e informes , teletipo, correspon- sales en el extranjero y en el país .
- 14.00 a 19.00 TODO MUSICA .-
Segunda secuencia musical con los mismos elementos de la mañana , servicios, despachos , hora , tempe- ratura , despachos del espectáculo y grabaciones musicales .
- 19.00 a 20.00 MUSICA AL RITMO DE LAS NOTICIAS.
Tercera edición del Diario de Cooperativa , en la que se alterna noticias y música .La parte pe- riodística está en forma de informes personaliza- dos de los periodistas , enlazados por un conduc- tor. En días de gran efervescencia noticiosa, va sólo noticias .
- 20.00 a 24.00 TODO MUSICA . Idem a las anteriores.
- 24.00 a 00.30 DIARIO DE COOPERATIVA .
Edición de cierre. Boletín de 25 minutos leído por dos lectores.

SABADOS Y DOMINGO.-

Programación ídem, desde las 08.00 a 24.00 hora incluyendo el programa OVACION DE COOPERATIVA, programa deportivo con transmisión desde las can- chas en horarios diversos , y los ESPECIALES que van el primero y segundo domingo de cada mes en los horarios 10.00 y 21.30 horas.

05.50 a 05.56.- SALUDO E IDENTIFICACION DE LA EMISORA - DISCO CHILENO
 BUENAS TARDES CHILE CON PORTALES

06.00 a 06.14.- PRIMER BOLETIN
 06.14 a 06.17.- Tanda
 06.17 a 06.20.- Tanda
 06.20 a 06.22.- INFORME DEL TIEMPO
 06.22 a 06.25.- BOLETIN DEPORTIVO
 06.25 a 06.26.- PASE A EQUIPO MOVIL
 06.26 a 06.28.- LIBRO DE RECLAMOS
 06.28 a 06.30.- RESUMEN NOTICIOSO
 06.30 a 06.35.- Tanda
 06.35 a 06.37.- CRONICA UNO
 06.37 a 06.40.- INFORME INTERNACIONAL
 06.40 a 06.42.- INFORME DEL TIEMPO
 06.42 a 06.43.- AVANCES DE LA REVISTA DE LA MAÑANA
 06.43 a 06.48.- SIGA LA POLLA GOL CON PORTALES
 06.48 a 06.50.- INFORME DE CARRETERAS
 06.50 a 06.52.- MICROPROGRAMA SALUD
 06.52 a 06.58.- Tanda
 06.58 a 07.00.- CRONICA DOS
 07.00 a 07.10.- BOLETIN DE LAS SIETE
 07.10 a 07.15.- Tanda
 07.15 a 07.18.- INFORME DE CARRETERAS Y TRANSITO (Incluye móviles)
 07.18 a 07.20.- CRONICA TRES
 07.20 a 07.24.- COMENTARIO: L.M.V.: HERNANI BANDA
 M.J.S.: YOLANDA MONTECINOS
 07.24 a 07.30.- Tanda
 07.30 a 07.50.- LA REVISTA DE LA MAÑANA (Red Nacional)
 07.50 a 07.52.- TITULARES Y EDITORIALES DE LA PRENSA
 07.52 a 07.54.- INFORME DE CARRETERAS Y TRANSITO (Incluye móviles)
 07.54 a 08.00.- Tanda
 08.00 a 08.05.- BOLETIN DE LAS OCHO
 08.05 a 08.10.- MILODEPORTES CON PEDRO CARCURO
 08.10 a 08.12.- INFORME DEL TIEMPO Y CIERRE BUENOS DIAS

08.12 a 08.15.- Tanda
 08.15 a 12.30.- PORTALEANDO LA MAÑANA CON JULIO VIDELA (Programa musical magazine)
 08.58 a 09.00.- MICROPROGRAMA SALUD
 09.00 a 09.03.- BOLETIN BCO. DEL ESTADO (Lunes a Sábado)
 09.03 a 09.08.- Tanda
 09.31 a 09.36.- Tanda
 10.00 a 10.03.- BOLETIN BCO. DEL ESTADO (Lunes a Sábado)
 10.03 a 10.08.- Tanda
 10.31 a 10.36.- Tanda
 11.00 a 11.03.- BOLETIN BCO. DEL ESTADO (Lunes a Sábado)
 11.03 a 11.08.- Tanda
 11.30 a 11.35.- Tanda
 11.55 a 12.00.- Tanda
 12.00 a 12.06.- BOLETIN CRONOLOGICO BCO. DEL ESTADO (Lunes a Sábado)
 12.06 a 12.08.- INFORME DEL TIEMPO

12.30 a 12.35.- Tanda
 12.35 a 12.55.- LA BANDITA DE FIRULETE (Programa humorístico escrito y dirigido
 12.41 a 12.46.- Tanda por Jorge Romero).

12.55 a 13.00.- Tanda
 13.00 a 14.20.- BUENAS TARDES CHILE CON PORTALES
 13.10 a 13.15.- Tanda
 13.15 a 13.20.- MILODEPORTES CON PEDRO CARCURO
 13.25 a 13.30.- Tanda
 13.30 a 14.15.- LA REVISTA DE LA TARDE (Red Nacional)
 14.00 a 14.05.- Tanda

14.20 a 14.25.- Tanda

- 14.25 a 15.25.- SOBREMESA
 - 14.40 a 14.42.- MICROPROGRAMA SALUD
 - 14.50 a 14.52.- EL MAGO DE LA POLLA GOL
 - 15.00 a 15.05.- Tanda
 - 15.05 a 15.07.- INFORME DEL TIEMPO
 - 15.15 a 15.20.- COCINE CON GUSTO CENIC
- 15.25 a 15.30.- Tanda
- 15.30 a 19.00.- PORTALEANDO LA TARDE CON RICARDO CALDERON
 - 15.55 a 16.00.- Tanda
 - 16.00 a 16.03.- BOLETIN BCO. DEL ESTADO (Lunes a Sábado)
 - 16.25 a 16.30.- Tanda
 - 16.55 a 17.00.- Tanda
 - 17.00 a 17.03.- BOLETIN BCO. DEL ESTADO (Lunes a Viernes)
 - 17.03 a 17.05.- MICROPROGRAMA SALUD
 - 17.25 a 17.30.- Tanda
 - 17.55 a 18.00.- Tanda
 - 18.00 a 18.05.- BOLETIN BCO. DEL ESTADO (Lunes a Sábado)
 - 18.05 a 18.07.- INFORME DE CARRETERAS
 - 18.25 a 18.30.- Tanda
 - 18.53 a 18.58.- Tanda
- 19.00 a 20.28.- BUENAS NOCHES CHILE CON PORTALES
 - 19.15 a 19.19.- Tanda
 - 19.19 a 19.21.- INFORME DEL TIEMPO
 - 19.25 a 19.30.- Tanda
 - 19.30 a 20.10.- LA REVISTA DE LA NOCHE (Red Nacional)
 - 20.10 a 20.15.- Tanda
 - 20.15 a 20.20.- SIGA LA POLLA GOL CON PORTALES
 - 20.20 a 20.22.- INFORME DEL TIEMPO
- 20.28 a 20.33.- Tanda
- 20.33 a 20.35.- INFORME DE CARRETERAS
- 20.35 a 20.55.- LA BANDITA DE FIRULETE
 - 20.40 a 20.45.- Tanda
- 20.55 a 21.00.- Tanda
- 21.00 a 21.03.- BOLETIN BCO. DEL ESTADO (Lunes a Viernes)
- 21.03 a 21.06.- EL MAGO DE LA POLLA GOL
- 21.06 a 21.14.- MUSICA - MENSAJES - AJUSTE
- 21.14 a 21.19.- Tanda
- 21.19 a 21.21.- INFORME DE CARRETERAS
- 21.21 a 21.23.- INFORME DEL TIEMPO
- 21.23 a 21.28.- Tanda
- 21.28 a 21.30.- MICROPROGRAMA SALUD
- 21.30 a 24.00.- SALUDANDO LA NOCHE CON PATRICIO VARELA (Programa esotérico)
 - 21.45 a 21.50.- Tanda
 - 22.00 a 22.03.- BOLETIN BCO. DEL ESTADO (Lunes a Viernes)
 - 22.03 a 22.08.- Tanda
 - 22.28 a 22.30.- INFORME DEL TIEMPO
 - 22.30 a 22.35.- Tanda
 - 23.00 a 23.05.- Tanda
 - 23.30 a 23.35.- Tanda
 - 23.53 a 23.58.- Tanda
- 24.00 a 00.25.- LA REVISTA DE MEDIANOCHE (Red Nacional)
- 00.25 a 00.30.- DESPEDIDA Y CIERRE DE LA TRANSMISION

07.57 a 08.00	07.30 a 07.33 - Tanda
08.00 a 08.57	Tanda BUENOS DIAS DOMINGO CON PORTALES
	08.02 a 08.15 - REVISTA DE LA MAÑANA
	08.16 a 08.19 - Tanda
	08.19 a 08.21 - INFORME DE CARRETERAS
	08.21 a 08.23 - INFORME DEL TIEMPO
	08.23 a 08.29 - EL DEPORTE DEL FIN DE SEMANA
	08.29 a 08.32 - Tanda
	08.32 a 08.43 - REVISANDO LA PRENSA DEL DOMINGO
	08.43 a 08.47 - COMENTARIO DE LIBROS
	08.47 a 08.50 - UN PANORAMA PARA EL DOMINGO EN LA V REGION
	08.50 a 08.52 - INFORME DE CARRETERAS
	08.52 a 08.54 - INFORME DEL TIEMPO
	08.54 a 08.57 - RESUMEN INFORMATIVO
08.57 a 09.00	Tanda
09.00 a 10.57	CONVERSANDO LA MUSICA, CON VALENTIN TRUJILLO
	09.27 a 09.30 - Tanda
	09.57 a 10.00 - Tanda
	10.00 a 10.03 - BOLETIN BCO. DEL ESTADO
	10.03 a 10.05 - INFORME DEL TIEMPO
	10.27 a 10.30 - Tanda
10.57 a 11.00	Tanda
11.00 a 11.03	BOLETIN BCO. DEL ESTADO
11.03 a 13.27	DOMINGO A LA CARTA con JOSE ALFREDO FUENTES Y ALFREDO LAMADRID
	11.27 a 11.30 - Tanda
	11.57 a 12.00 - Tanda
	12.27 a 12.30 - Tanda
	13.03 a 13.06 - Tanda
13.27 a 13.30	Tanda
13.45 a 13.47	INFORME DEL TIEMPO
13.47 a 14.27	RECITAL DE(un intérprete musical con libretos)
14.27 a 14.30	Tanda
14.30 a 20.30	SIGA LA POLLA GOL CON PORTALES
	14.40 a 14.43 - Tanda
	15.00 a 15.03 - Tanda
	15.30 a 15.33 - Tanda
	16.00 a 16.03 - Tanda
	16.30 a 16.33 - Tanda
	17.00 a 17.03 - BOLETIN BCO. DEL ESTADO
	17.03 a 17.06 - Tanda
	17.30 a 17.33 - Tanda
	18.00 a 18.03 - Tanda
	18.30 a 18.33 - Tanda
	19.00 a 19.03 - BOLETIN BCO. DEL ESTADO
	19.03 a 19.06 - Tanda
	19.28 a 19.30 - Tanda
	19.30 a 19.45 - REVISTA DE LA NOCHE
	19.45 a 19.47 - INFORME DEL TIEMPO
	20.00 a 20.03 - Tanda
20.30 a 20.33	Tanda
20.33 a 24.00	MUSICAL DE LOS 25 AÑOS
	21.15 a 21.17 - INFORME DE CARRETERAS
	21.17 a 21.20 - Tanda
	21.30 a 21.33 - Tanda
	22.00 a 22.03 - Tanda
	22.30 a 22.33 - Tanda
	23.00 a 23.03 - Tanda
	23.30 a 23.33 - Tanda
00.00 a 00.05	RESUMEN DE MEDIANOCHE
00.05	C I E R R E

PROGRAMACION DE RADIO CHILENA

- 06.30 a 08.15 PRIMERA PLANA MATINAL (Lunes a Sábado)
Bloque Informativo transmitido por Cadena ARCA.
- 08.15 a 08.17 SANTORAL (Lunes a Sábado)
(El Santodel día desde el punto de vista cristiano)
- 08.18 a 08.28 ALGO MAS QUE DEPORTES (Lunes a Sábado)
Comentario de Patricio Bañados.
- 08.30 a 12.00 SOMOS CHILENA EN SU HOGAR (Lunes a Sábado)
(Programa dirigido a todo público aunque en forma más específica a las dueñas de casas. Noticias, consejos prácticos, anécdotas, concursos, etc.)
- 12.05 a 13.00 LOLOS DE AYER (Lunes a Sábado)
(Música de la década del 60 y 70)
- 13.00 a 14.00 PRIMERA PLANA TARDE (Lunes a Sábado)
Bloque informativo transmitido por ARCA.
- 14.05 a 17.00 AMIGOS (Lunes a Sábado)
Programa de corte cultural y musical.
- 17.00 a 19.00 REGALONES Y CORAZONES (Lunes a Sábado)
(Música romántica de todos los tiempos.
- 19.00 a 20.00 PRIMERA PLANA VESPERTINA (Lunes a Viernes)
Bloque informativo transmitido por ARCA.
- 20.05 a 23.00 EL CLUB DE LOS FANTASMAS (Lunes a Sábado)
(Música, anécdotas y noticias magazinescas)
- 23.00 a 23.30 PRIMERA PLANA NOCTURNA (Lunes a Domingo)
(Bloque informativo con lo más importante ocurrido en el día).
- 23.30 a 01.00 LA GRAN SINTONIA (Lunes a Sábado)
(Programa musical con invitados que responden preguntas acerca de algunos temas).
- 01.00 a 06.30 LA NOCHE CHILENA (Lunes a Domingo)
(Programa musical e informativo)

PROGRAMACION DE SABADO Y DOMINGO

Se mantienen los programas de la semana desde las 06.30 a las 12.00 horas, aunque los LoJos de Ayer se prolongan hasta las 13.30 horas en tanto que la Primera Plana de la tarde se restringe a media hora.

: Durante la tarde hay transmisiones deportivas desde los estadios.

DOMINGO

- 07.00 a 07.02 EL SANTORAL DEL DIA
- 07.02 a 07.57 BIENVENIDO AL DOMINGO EN LA CHILENA
(programa musical)
- 08.00 a 08.20 PAZ Y AMOR
(Programa grabado por la Pastoral Hospitalaria)
- 08.20 a 08.30 LOS CAMINOS DEL HOMBRE A LA LUZ DEL EVANGELIO
(Comentario del Evangelio del Domingo)
- 08.31 a 09.30 FOLKLORISIMO
(El folklore chileno: sus leyendas, costumbres, dichos, poesías y el calendario folklórico religioso).
- 09.30 a 13.00 PARA LOS QUE FUERON LOLOS
(Programa con música del recuerdo)
- 13.00 a 14.45 IMPROVISANDO
(Debate sobre la realidad nacional) Se repite el Lunes a las 21.30 horas.
- 14.45 a 21.00 DEPORTES
(Transmisión desde los estadios)
- 21.00 a 21.30 MELGANDO
(Programa del Insitituy de Promoción Rural destinado a la juventud campesina). Se inicia el 14 de Julio.
- 20.00 a 21.00 CIENTOS POR CIENTO LATINOAMERICANO
(La música folklórica de América Latina).
- 21.30 a 24.00 USTED, SUS CANCIONES Y NOSOTROS
Programa musical en base a solicitud de auditores.
- 00.00 a 00.30 PRIMERA PLANA NOCTURNA.

OTROS PROGRAMAS

USTEDES Y NOSOTROS

Programa del Departamento de Opinión Pública del Arzobispado.

(Noticias, comentarios y tratamiento de temas con invitados especiales que responden preguntas de los auditores).

Todos los jueves entre 21.30 y 23.00 horas.

TU SINTONIA

Programa juvenil hecho por los mismos jóvenes acerca de sus inquietudes y problemas.

Todos los viernes entre las 18.00 y 19.00 horas.

PROGRAMACION DE RADIO MINERÍA DE SANTIAGO DE LUNES A SABADO

- 05.57-06.00 PRESENTACION DE LA EMISORA
- 06.00-06.05 NOTICIAS EN MINERIA
- 06.05-06.10 ¡CONOZCAMONOS!
¿Quiénes somos los chilenos?
- 06.10-06.30 BUENOS DIAS. EN MINERIA
Datos útiles: valor U.F., Temperatura, etc.
- 06.30-08.30 EL CORREO DE MINERIA
Informativo de larga duración en cadena con Radios Minería de Antofagasta, Viña del Mar y Punta Arenas.
- 08.30-08.57 RADIOTANDA
Programa humorístico.
- 08.57-09.00 COGINANDO CON GUSTO
- 09.00-09.05 NOTICIAS EN MINERIA
- 09.05-09.30 ASTROMINERIA
Horóscopo y predicciones con "Zulma".
- 09.30-11.00 EL TIPITIPITIN
Programa musical para la dueña de casa.
- 10.00-10.05 NOTICIAS EN MINERIA
- 11.00-11.05 NOTICIAS EN MINERIA
- 11.05-13.00 EL SHOW DE MINERIA
Programa misceláneo para la dueña de casa.
- 12.00-12.05 NOTICIAS EN MINERIA
- 13.00-14.00 EL CORREO DE MINERIA
En cadena.
- 14.00-14.05 NOTICIAS EN MINERIA
- 14.05-14.40 DEPORTE TOTAL
- 14.40-17.00 EL TRALALA MUSICAL
Programa musical para todo público.
- 15.00-15.05 NOTICIAS EN MINERIA
- 16.00-16.05 NOTICIAS EN MINERIA
- 17.00-17.05 NOTICIAS EN MINERIA
- 17.05-19.00 LAS DOS HORAS DE PIRINCHO CARCAMO
Musical.

19.00-20.00	<u>EL CORREO DE MINERIA</u> En cadena.
20.00-20.05	<u>NOTICIAS EN MINERIA</u>
20.05-20.30	<u>RADIOTANDA</u> Repetición.
20.30-22.00	<u>EL DISCOFONO</u> Musical a pedido del público.
21.00-21.05	<u>NOTICIAS EN MINERIA</u>
22.00-22.05	<u>NOTICIAS EN MINERIA</u>
22.05-01.00	<u>LAS HORAS NUESTRAS</u> Programa de compañía.
23.00-23.05	<u>NOTICIAS EN MINERIA</u>
24.00-00.20	<u>EL CORREO DE MINERIA</u>
01.00-01.05	<u>NOTICIAS EN MINERIA</u>
01.05-01.07	<u>CIERRE DE LA EMISORA</u>
01.01-06.00	<u>COMPASES AL AMANECER</u> Sólo los días viernes y sábado.

PROGRAMACION DOMINICAL

07.00	a	07.05	PRESENTACION DE LA EMISORA
07.05	a	08.00	¡QUE LINDO ES CHILE!
08.00	a	08.05	NOTICIAS EN MINERIA
09.00	a	09.15	EL CORREO DE MINERIA
09.15	a	09.30	LOS COMENTARIOS DEL EVANGELIO
09.30	a	10.00	¡RADIOTANDA!
10.00	a	10.05	NOTICIAS EN MINERIA
10.05	a	12.00	ORIENTACION HABITACIONAL
11.00	a	11.05	NOTICIAS EN MINERIA
12.00	a	12.05	NOTICIAS EN MINERIA
12.05	a	13.00	AUN TENEMOS MUSICA CHILENOS
13.00	a	13.15	EL CORREO DE MINERIA
13.15	a	18.00	DEPORTE TOTAL EN MINERIA
14.00	a	14.05	NOTICIAS EN MINERIA
15.00	a	15.05	NOTICIAS EN MINERIA
16.00	a	16.05	NOTICIAS EN MINERIA
17.00	a	17.05	NOTICIAS EN MINERIA
18.00	a	18.05	NOTICIAS EN MINERIA
18.05	a	22.00	EL DISCOFONO
19.00	a	19.15	EL CORREO DE MINERIA
20.00	a	20.05	NOTICIAS EN MINERIA
20.30	a	21.30	EL CLUB DE LUIS MIGUEL
21.00	a	21.05	NOTICIAS EN MINERIA
22.00	a	22.05	NOTICIAS EN MINERIA
22.05	a	01.00	DISCO - LLAMADO
23.00		23.05	NOTICIAS EN MINERIA
24.00		00.20	EL CORREO DE MINERIA
01.00		01.05	NOTICIAS EN MINERIA
01.05		01.07	CIERRE

PROGRAMAS DE RADIO SANTIAGO DE LUNES A SABADO

- 06.30-06.35 SALUDO DE LA ESTACION
- 06.35-06.45 EL SANTIAGO
Magazine e informativo misceláneo. Servicios, datos, efemérides, etc.
- 06.45-07.00 LA MARCHA DE LAS NOTICIAS
Síntesis noticiosa.
- 07.00-07.30 EL SHOW DE LAS NOTICIAS
El ángulo risueño y diferente de la noticia.
- 07.30-07.40 COMENTARIO DE ACTUALIDAD
- 07.40-08.00 PANORAMA DEPORTIVO
Noticias, comentarios y entrevistas.
- 08.00-09.30 RECORDANDO SUS RECUERDOS
Canciones de las últimas décadas.
- 09.30-10.00 HISTORIAS DE LA VIDA REAL
Preparado en base a la correspondencia que recibe la mentalista "Shara".
- 10.00-13.00 EL RINCON DE LOS FAVORITOS
Canciones del momento. Concursos, saludos, mensajes y contactos con el radiomovil.
- 13.00-13.15 LA MARCHA DE LAS NOTICIAS
- 13.15-13.45 EL SHOW DE LAS NOTICIAS
- 13.45-14.00 PANORAMA DEPORTIVO
- 14.00-15.00 SANTIAGO PROGRAMA EN LA SANTIAGO
Pedidos musicales a través del radiomóvil que recorre Santiago
- 15.00-16.30 EL SHOW DE EDMUNDO
La actualidad en discos y primicias musicales.
- 16.30-18.00 TARDE DE EXITOS
Musical y noticias del mundo del espectáculo.
- 18.00-20.00 TODO ES AMOR
Música romántica.
- 20.00-20.15 LA MARCHA DE LAS NOTICIAS
- 20.15-20.40 EL SHOW DE LAS NOTICIAS
- 20.40-20.45 COMENTARIO DE ACTUALIDAD
- 20.45-21.30 MOMENTOS FANTASTICOS
Música romántica. Pedidos del público a través de la correspondencia y el teléfono.

- 21.30-23.50 LAS HORAS DE JORGE CASTRO DE LA BARRA
Programa dedicado a las apariciones de la Virgen en
Villa Alemana (Espacio arrendado).
- 23.50-24.00 LA MARCHA DE LAS NOTICIAS
- 24.00 FIN DE LAS TRANSMISIONES

A lo largo del día se incluyen además: Boletines Horarios, Boletines del
tiempo, Extras del Panorama Deportivo, Extras del Espectáculo y Guía del
Conductor.

PROGRAMACION DOMINICAL

- 07.00-07.45 MUSICA DEL RECUERDO
- 07.45-09.00 MISA DE LOURDES
Preparado por la Comunidad de Lourdes.
- 09.00-09.30 VICARIA HOSPITALARIA
Preparado por la Congregación del Verbo Divino.
- 09.30-12.00 RECORDANDO SUS RECUERDOS
- 12.00-13.00 ECOS DE ITALIA
Música y comentarios de Italia. Preparado por la comunidad
italiana residente en Chile.
- 13.00-14.00 INFORME DOMINICAL
Entrevista a un personaje público.
- 14.00-21.00 LAS TARDES FELICES DEL DOMINGO
Programa musical con distintos bloques.
- 21.00-22.00 TANGOS EN LA SANTIAGO
- 22.00-23.00 BOLEROS EN LA NOCHE
- 23.00-24.00 LAS GRANDES CANCIONES
Música del recuerdo.
- 24.00 FIN DE LAS TRANSMISIONES.

CENECA

6576

791.4483

2337

Autor

~~Lasagui, U.C.~~

1987

Título

LA RADIO EN CHILE

FECHA DE DEVOLUCION		
21-10		
30/4		
20/5		
03/10.		
2-8		
10-9		
31/03/04		
09/09		
02/11		

UNIVERSIDAD DE CHILE



3560 1005828599

CENECA es una Corporación Privada sin fines de lucro que fue creada en 1977. Su objetivo básico es contribuir desde una perspectiva democrática al conocimiento y desarrollo de la sociedad chilena en su dimensión cultural. Con este propósito realiza tareas de investigación, animación y capacitación (tanto en Santiago como en provincias) en distintas áreas de la cultura y de las comunicaciones.

CENECA
Santa Beatriz 106
Fono 43772
Santiago de Chile