

Cómo citar este texto:

Costa Gálvez, L. (2016). Música y significado. Análisis de los términos asociados a la radio musical en España en los documentos legales y corporativos desde la perspectiva del servicio público.

Derecom, 20, 153-172. <http://www.derecom.com/derecom/>

**MÚSICA Y SIGNIFICADO.
ANÁLISIS DE LOS TÉRMINOS ASOCIADOS A LA RADIO MUSICAL EN ESPAÑA
EN LOS DOCUMENTOS LEGALES Y CORPORATIVOS
DESDE LA PERSPECTIVA DEL SERVICIO PÚBLICO**

**MUSIC AND ITS MEANING.
A STUDY OF EXPRESSIONS LINKED TO MUSICAL RADIO STATIONS IN SPAIN
IN LEGAL AND CORPORATIVE DOCUMENTS
FROM THE APPROACH OF PUBLIC SERVICE BROADCASTING**

©Lola Costa Gálvez
Universidad Autónoma de Barcelona
doloresgalvez@gmail.com

Resumen

Radio, música y servicio público son un combinado clásico. Desde sus inicios la música ha estado ligada a la especialización radiofónica y es después de la dictadura, con el desarrollo de las corporaciones audiovisuales autonómicas, cuando la radio musical pública toma impulso en España. Sin embargo, esta relevancia no se ha traducido en interés por parte de los radiodifusores públicos, que a menudo han recurrido a la estrategia del *laissez faire, laissez passer*. El presente artículo se centra en una cuestión muy específica y poco estudiada: ¿Cuáles son los términos asociados a la radio musical en España en los documentos legales y corporativos desde la perspectiva del servicio público? Así, abordamos la perspectiva del radiodifusor a través del análisis documental de textos legales y corporativos desde los inicios de estas emisoras hasta la actualidad. De este modo se fija la relación entre una radio musical heterogénea y completamente establecida en España y unos textos legales y corporativos en los que a menudo se la ha negado o definido pobremente mediante tópicos como “cultura” o “calidad”. Se concluye que en el actual contexto de crisis económica esta alarmante falta de concreción en el presente puede amenazar la supervivencia de la radio musical de servicio público en el futuro.

Summary

Radio, music and public service broadcasting are classic mixing-up. Since its beginnings music has been linked to specialised radio and it is after the dictatorship, alongside with the development of autonomic audiovisual corporations, when public musical radio gained its momentum in Spain. However, this relevance has not turned into interest from public broadcasters, which have often resorted to the strategy of *laissez faire, laissez passer*. In this contribution we focus on a very specific and understudied question: What are the terms

associated with musical radio in Spain in legal and corporate documents from the public service broadcasting perspective? Thus, we approach the broadcaster's perspective throughout the analysis of legal and corporate documents from the creation of these stations to nowadays. Therefore, there exists the relationship between a heterogeneous and fully established musical radio in Spain, on the one hand, and legal and corporate texts in which musical radio is often denied or very poorly defined by means of topics such as 'culture' or 'quality', on the other hand. In the middle of this economic crisis, the alarming current lack of terminological accuracy may endanger the survival of musical broadcasting as public service in the future.

Palabras claves: Radio musical, Música, Cultura, Servicio público de radiodifusión, Medios públicos, Políticas de comunicación

Keywords: Musical radio, Music, Culture, Public service broadcasting, Public service media, Communication policies

1.Introducción

Desde sus inicios el servicio público ha sido un concepto difícil de delimitar, en tanto que negociado (Bardoel, 2008) y permanentemente cuestionado (Blumler, 1998).

En un contexto de crisis como el actual los medios públicos han tomado una relevancia que se extiende desde la televisión a la radio pasando por Internet. Ciertamente existe una profusa idea acerca de lo que debe tener un medio de comunicación de servicio público pero frecuentemente no se incluye en ella a la radio musical, o, al menos, no de una manera explícita.

Desde sus inicios la música ha estado ligada a la radio en España y en el ámbito del servicio público la radio musical toma impulso de la mano de las corporaciones audiovisuales autonómicas. Es este un ámbito poco estudiado ya que tradicionalmente se ha relacionado a la radio de servicio público con la información y esto queda patente en la mayoría de la producción académica, si bien es cierto que música y radio han sido aspectos ampliamente estudiados (Hennion y Meadel, 1986; Barnard, 1989; Moreno, 1999; Hendy, 2000a; Pedrero Esteban 2000; Crisell, 2006; Amoedo et al., 2008; Gutiérrez et al., 2011; Gallego, 2015).

Sin embargo, son pocas las excepciones que han abordado expresamente la tríada radio, música y servicio público (Hendy, 2000b; Long, 2006; Wall y Dubber, 2009; Bonet et al., 2011; Costa Gálvez, 2013, 2015a). Idéntica situación encontramos si ponemos el foco en las políticas de comunicación, en las que se ha seguido la estrategia *laissez faire, laissez passer* respecto a la radio musical.

Recordemos que la producción de los diferentes organismos de la Unión Europea con respecto al medio radiofónico es prácticamente nula, en detrimento de la verdadera estrella: la televisión, con ejemplos como la directiva TSF¹ (Consejo Europeo, 1989) o la AVMSD,² que excluye expresamente a los servicios de radiodifusión sonora (Parlamento Europeo, Consejo Europeo, 2010). En España, las principales leyes referidas a las corporaciones audiovisuales hacen referencia al servicio público en líneas generales o directamente a la televisión (Parlament de Catalunya, 1983; Parlamento de Andalucía, 1987; Parlamento Vasco, 1996; Cortes Generales, 2006) y este entusiasmo llega hasta el Senado, con uno de los pocos ejemplos de comisión dedicada a los medios de comunicación públicos en la cámara territorial sobre los contenidos televisivos (Senado, 1996).

La misión cultural es una de las grandes justificaciones de los medios públicos y en la actualidad los servicios públicos están inmersos en lo que Raats y Pauwels (2010) denominan “renaissance del cultural remit”, al hilo del “¿quién si no nosotros?” (Jakubowicz, 2007). La asociación de la música con la cultura ha constituido un binomio tradicional y se la podría considerar como un flanco cubierto de la radio pública. Recordemos como ejemplo la propuesta del Consejo para la Reforma de los Medios de Comunicación de Titularidad del Estado (2005: 123) sobre la creación en televisión del Cultural.es, mientras que para la radio se sugería un “Canal Inmigración”, uno “Educativo” y uno “Interregional”. Además, en España la radio musical pública vive una época de auge, tras los vaivenes que ha sufrido la cultura en televisión con el cierre de Canal Sur 2 en Andalucía, la fusión del Canal Cultural 33 y el infantil 3XL en Catalunya o el fallido Cultural.es de RTVE, a lo que podemos sumar su papel como “selector” de contenidos para televisión, con programas de éxito como Cachitos de Hierro y Cromo en La 2.

Ader (2006) define el *cultural remit* de los medios públicos en tres ámbitos: artístico e intelectual, identidad nacional, regional o lingüística y diversidad cultural, elementos que aparecen de manera gratuita en cualquier definición de servicio público que se precie (Hoyos, 2015) y que también encajan en la radio musical. Así, en el ámbito artístico e intelectual podemos situar a Radio Clásica y Catalunya Música y en el de la promoción de la “identidad”, a través de la música y el idioma, a las emisoras de Catalunya y Euskadi. Además, el entretenimiento, aspecto clave de la radio musical, no está reñido con la cultura. Señalaba Dereck Chinnery, director de BBC Radio 1 entre los años 70 y los 80, que a la idea de servicio público se debe unir inequívocamente la de “good entertainment” (Barnard, 1989: 116) y es aquí donde se emplazan emisoras como Canal Fiesta Radio o Gaztea Irratia.

La música ha sido una parte importante de la programación radiofónica desde los inicios del medio y la apuesta de los servicios públicos europeos por la especialización radiofónica es clara (Hendy, 2000a), cubriendo además una amplia variedad de géneros y estilos (Wall y Dubber, 2009). La programación musical cuenta con una gran tradición en España: desde los primeros programas de Unión Radio (Garitaonandia, 1988) a la creación de los 40 Principales. Sin embargo, el estancamiento en la oferta de la radio privada, fundamentalmente centrada en listas de éxitos y en el *adult contemporary* (Bonet, 2005), sitúan a la radio musical pública en un dominio casi exclusivo. Además, los particulares inicios del medio en España en los que el sector privado tomó la avanzadilla al público (Franquet, 1986) unido a la singularidad de las demarcaciones, territorio que no coincide ni con una provincia ni con una región, suma aún más particularidad a la radio pública española.

El *impasse* que supuso el franquismo hizo que durante años RNE³ fuera la única emisora pública y no fue hasta el final de la dictadura cuando nació una primitiva Radio Clásica. Es ya en democracia, con el nacimiento de las corporaciones audiovisuales autonómicas y el consabido “café para todos” cuando se empezaron a crear emisoras musicales que siguieron el mismo precepto que el de las corporaciones: una suma de medios públicos más que de medios de servicio público (Bonet et al., 2014). Así llegamos a la actualidad con un panorama en el que de las catorce corporaciones audiovisuales públicas en España, seis cuentan con emisoras musicales.⁴

Con estos antecedentes nos planteamos responder a la siguiente pregunta de investigación: **¿Cuáles son los términos asociados a la radio musical pública en España en los documentos legales y corporativos?**

De este modo abordamos la perspectiva del radiodifusor de servicio público para conocer cómo se define a la radio musical a través de la observación y el análisis de una serie de términos empleados en los textos legales y corporativos.

2. Metodología

Para la realización de este artículo retomamos los datos de un trabajo de investigación realizado por la autora en 2015.⁵ La metodología empleada ha sido cuantitativa, con el análisis documental de los textos legales y corporativos de las corporaciones audiovisuales españolas con emisoras musicales. De este modo y siguiendo la clasificación de Martí (1990: 101) tenemos la siguiente muestra:

Tabla 1 Radio musical pública en España (tipología programática) (2015)

Tipología (programática)	Corporación audiovisual	Nombres
ESPECIALIZADA	CCMA (Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuales)	CatClàssica
		iCatJazz
		iCatMón
		iCatRumba
		iCatrònica
		TotCat
	CRTVG (Compañía de Radio/Televisión de Galicia)	Son Galicia Radio
	EITB (Euskal Irrati Telebista)	EITB Musika
		Gaztea Irratia
	RTRM (Radio Televisión de la Región de Murcia)	OR Música
RTVA (Radio y Televisión de Andalucía)	Canal Fiesta Radio	

		FlamencoRadio
TEMÁTICA MUSICAL	CCMA (Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals)	Catalunya Música iCat.cat
	CRTVG (Compañía de Radio/Televisión de Galicia)	RG Música
	RTVE (Radio Televisión Española)	Radio Clásica Radio 3

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de las páginas web de CCMA, CRTVG, EITB, RTRM, RTVA y RTVE.

El periodo temporal se ha extendido desde la creación de estas emisoras hasta 2015. Se han revisado todos los documentos legales y corporativos referentes a las corporaciones audiovisuales, que se engloban dentro de diversas tipologías como leyes, decretos, contratos-programa, mandatos-marco, memorias corporativas, guías de estilo o planes de actividades. De este modo tenemos una muestra constituida por treinta y tres documentos (cinco legales, veintisiete, corporativos y uno, de otra categoría).⁶

En línea con otras investigaciones realizadas (Hoyos, 2011), no nos planteamos definir sino observar la presencia de los siguientes términos: por un lado, los referidos a la función de servicio público (calidad, cultura/cultural, entretenimiento, identidad, lengua/idioma, novedad y juventud) y, por otro, los referidos a la música (independiente/*indie*, comercial/*mainstream*, música popular/pop, música clásica, música tradicional/folk, música contemporánea, género, estilo, industria musical y escena/escenas). Dada la vocación cualitativa de este trabajo, hemos planteado este recuento de términos con la finalidad de construir un discurso sobre la función de servicio público de la radio musical en España que nos permita definirla mejor.

3.Resultados

En términos generales las alusiones a la radio musical en los textos legales y corporativos son escasas. Tan solo treinta y tres documentos se refieren expresamente a ella y los resultados varían mucho entre corporaciones. Especialmente en los documentos legales la presencia es casi nula, tan solo cinco textos, por lo que resulta muy complicado establecer correspondencias entre el discurso legal y el corporativo. La generalización es algo intrínseco a la legislación, pero resulta más llamativa la ausencia de referencias a la radio musical en los textos corporativos. La CCMA es la corporación con el mayor número de ellas, además de ser muy constantes. Por el contrario, aunque en todas las memorias de RTVE se alude a la radio

musical, este interés es bastante reciente, dado que fue en 2008 cuando se hizo pública la primera memoria. EITB y la RTVA mencionan a la radio musical en cierta medida y en el lado contrario se sitúan la CRTVG o RTRM, para las que la radio musical no existe en ningún documento.

Si nos referimos a las definiciones, la mayoría de documentos remarcan la función cultural y en menor medida se refieren al género musical. Además, términos como “independiente/indie” o “escena”, a menudo unidos, tienen una cierta relevancia que se mantiene a lo largo del tiempo. De la división de los textos en periodos temporales tenemos una ausencia total entre 1980 y 2000 que no remonta hasta 2006, año en el que las referencias comienzan a aumentar. Así, tenemos los siguientes resultados generales, que a continuación describiremos por corporaciones audiovisuales:

Tabla 2 Número de alusiones a la radio musical en los textos legales y corporativos relativos a las corporaciones audiovisuales en España (1980-2015)

	1980-1995			1996-2000			2001-2005			2006-2010			2011-2015		
	Textos legales	Textos corporativos	Otros												
calidad									1	6					3
cultura/cultural									1	28					2
entretenimiento															1
identidad										1					
lengua/idioma									1					1	
novedad									1	2				4	
juventud									1	3	10		2		
independiente/indie									1	4					
comercial/madhouse									1	4				2	
música										2			1		
popular/pop										2					
música clásica								1	1	8					6
música tradicional/folk										1					
música contemporánea															
género										1	7				4
estilo										1					1
industrial															
musical									1	1	1			1	
escena/escenas									2	1	4			1	2

Base total: 33

Fuente: Elaboración propia a partir de CCMA (2008, 2009, 2010a, 2010b, 2010c, 2011a, 2011b, 2012a, 2012b, 2013, 2014a, 2014b, 2015); CCRTV (2004, 2006, 2007); Consejería de Cultura, EITB (2012); Consejo para la Reforma de los Medios de Comunicación de Titularidad del Estado (2005); Cortes Generales (2007b); Departamento de Presidencia, Consejería de Hacienda y Administración Pública, Consejería de Cultura, EITB (2007); EITB (2011, 2013a, 2013b); Consejería de la Presidencia e Igualdad (2012); Parlamento de Andalucía, RTVA (2010); RTVA (2005, 2006) y RTVE (2009, 2010, 2011, 2012, 2013, 2014).

Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals (CCMA)

La corporación catalana cuenta con dos radios dedicadas a la música clásica y seis, a la música popular. Nacida en 1987, Catalunya Música es una emisora afianzada que incluso es miembro de la UER, a pesar de no pertenecer a un radiodifusor nacional. La emisora cuenta además con un canal en Internet, CatClàssica, dedicado a artistas e intérpretes catalanes, que, aunque en activo, vive una situación de “semi cierre” puesto que no tiene programación nueva desde 2013 (Costa Gálvez, 2015b). La abanderada de la música popular es iCat.cat, que se define como un gran contenedor cultural (Bonet et al., 2011). De hecho nació para suceder a Catalunya Cultura, como podemos resumir en la siguiente afirmación: “Porque la música es cultura para iCat fm” (CCRTV, 2007: 62).⁷ A este consumo cultural debe unirse su consideración como “la radio multimedia del grupo” (CCMA, 2009: 19) en lo que se denominó “icatitzación” (CCMA, 2010a: 298), que ha generado la aparición de canales temáticos en Internet dedicados a diversos géneros y estilos como el jazz, la música electrónica o la rumba (iCatJazz, iCatMón, iCatRumba, iCatrònica y TotCat) y la diversificación de plataformas en sus inicios, llegando a estar presente incluso en la consola Wii.⁸

Todas las referencias a las emisoras musicales de la CCMA se recogen en los textos corporativos. En líneas generales, “calidad” y “cultura”, a menudo unidos, son términos que aparecen en referencia a todas las emisoras, con afirmaciones como: “selección musical de calidad” (CCMA, 2011a: 19), “de primer orden” o “las mejores propuestas culturales” (CCMA, 2014b: 69). La función cultural se destaca especialmente, con grandes sentencias que apelan directamente a su relevancia social: “El 33, iCat fm o Catalunya Música son algunos de los nombres propios de la cultura en Catalunya” (CCMA, 2010b: 44).

Las alusiones a CatClàssica son escasas. Los pocos términos contabilizados se refieren casi en exclusiva a la “identidad”, destacando la presencia exclusiva de autores e intérpretes catalanes (CCMA, 2010b, 2014b). Además, en sus inicios, se remarcaba su presencia exclusiva en Internet como “un primer paso para la entrada en Internet de Catalunya Música” (CCRTV, 2007: 202).

El discurso institucional sobre Catalunya Música ha sido bastante estable y se repiten los mismos términos en casi todos los documentos. Además, coincidiendo con el cierre de la FM de iCat.cat, Catalunya Música ha tomado relevancia en los planes de actividades de la CCMA, destacando especialmente su papel en la “internacionalización de la cultura musical catalana” (CCMA, 2012b: 2). Las alusiones a la “música clásica”, contenido principal de la emisora, son abundantes (CCRTV, 2004, 2007; CCMA, 2010b, 2012b, 2014) y muy especialmente en la Memoria de 2013, en la que se emplea profusamente este término en referencia a la programación, desde “dedicada exclusivamente a la música clásica” (CCMA, 2014b: 71) a “los grandes éxitos de la música clásica” (ídem: 76) o “los clásicos preferidos” (ídem: 71). Además, a partir de 2011 se comienza a resaltar la variedad que la emisora ofrece

Lola Costa Gálvez (2016). Música y significado. Análisis de los términos asociados a la radio musical en España en los documentos legales y corporativos desde la perspectiva del servicio público, www.derecom.com, ISSN 1988-2629, pgs. 153-172

de “géneros y estilos clásicos de todos los tiempos” (CCMA, 2011a: 20) así como las referencias a la escena catalana, destacando su papel en el “descubrimiento de autores” (CCMA, 2014b: 71).

La función cultural y los términos referidos a la música tienen prácticamente la misma importancia cuando se describe a iCat.cat. Así, desde el principio “cultura”, “calidad” y “música popular” son elementos indivisibles que conforman la quintaesencia de la emisora (CCMA, 2008, 2011a, 2012a). En la memoria de 2009 se la llega a definir como una “fuente inagotable de propuestas culturales” (CCMA, 2009: 70) y, de hecho, antes del cierre de la FM, iCat.cat estaba muy presente en los planes de actividades de la CCMA, en los que se le encomendaba la promoción y el aumento del consumo cultural (CCMA, 2010c, 2011b).

En el aspecto musical se destaca el carácter independiente y la relación con la escena catalana. Para muestra tenemos esta frase de la Memoria de 2006, en la que se define a la nueva emisora como una “base eminentemente musical pero con la voluntad de descubrir al oyente nuevas músicas, nuevos artistas y nuevas voces diferentes de las que se programan en las radiofórmulas convencionales” (CCRTV, 2006: 62). Queda para la duda si esta consideración primera de “musical” alude a algún tipo de comercialidad, ya que se contrapone a la función prescriptora. Es a partir de 2011 cuando se comienza a incidir en dos aspectos clave para la emisora catalana: la música independiente y la promoción de la escena local, descritas con términos de “no comercial” (CCMA, 2011b: 2) o “emergente” (CCMA, 2014b: 14). Además, a pesar de emitir íntegramente en catalán y de que antes de perder la FM tenía la obligación en virtud de la Ley de Política Lingüística de emitir un 25% de la música en catalán (Parlament de Catalunya, 1998), no se han observado alusiones al idioma y se prefiere el uso profuso de la “escena local catalana” (CCMA, 2011a, 2011b, 2013a, 2014b).

Compañía de Radio/Televisión de Galicia (CRTVG)

Como ya hemos apuntado, no existen resultados para las emisoras de la CRTVG. Sin embargo daremos unas pinceladas sobre ellas. Tanto RG Música como Son Galicia Radio nacieron como un proyecto común dedicado en buena medida a la promoción de la música gallega y en gallego. Actualmente, ambas emisoras han entrado en declive y en consonancia con la actual situación de crisis económica de las corporaciones (Fernández Alonso et al., 2012) RG Música ha sido una de las emisoras más vapuleadas, con una reducción drástica de programación, pasando de 13 programas en 2013 a cinco en 2014, uno de ellos de temática deportiva, Galicia en Goles (Costa Gálvez, 2015b), para aumentar los programas en 2015.

Euskal Irrati Telebista (EITB)

La Corporación vasca cuenta con dos emisoras musicales, EITB Musika, definida como una radio “con contenidos específicos de cultura y música de calidad” (EITB, 2011: 5), y Gaztea Irratia, descrita en varios documentos como una “radio fórmula juvenil” (Departamento de Presidencia, Consejería de Hacienda y Administración Pública, Consejería de Cultura, EITB, 2007; Consejería de Cultura, EITB, 2012; EITB, 2013a). Así, la cultura y el entretenimiento en su versión más puramente juvenil son respectivamente los ejes de ambas emisoras, con el euskera como lengua vehicular.

Las emisoras musicales de EITB aparecen tanto en textos legales como corporativos. Sin embargo, esta presencia equitativa no es sinónimo de abundancia. Recordemos que aunque Gaztea Irratia se creó en 1990, no se alude a ella hasta el segundo contrato-programa de la corporación en 2007 (Departamento de Presidencia, Consejería de Hacienda y Administración Pública, Consejería de Cultura, EITB, 2007).

En el caso de EITB Musika, las pocas referencias que se han recogido las podemos dividir en dos etapas: por un lado, entre 2006 y 2010, con términos como “cultura” y “calidad” (Departamento de Presidencia, Consejería de Hacienda y Administración Pública, Consejería de Cultura, EITB, 2007; EITB, 2011) y, entre 2011 y 2015, fundamentalmente centradas en el “idioma” (Consejería de Cultura, EITB, 2012). Gaztea Irratia es descrita como una emisora “juvenil”, con una función de servicio público centrada en la promoción del idioma (Departamento de Presidencia, Consejería de Hacienda y Administración Pública, Consejería de Cultura, EITB, 2007). Además, a partir de 2005 y coincidiendo con un cambio de orientación de la emisora, aumentan las alusiones al “entretenimiento” (EITB, 2013a), establecido como un objetivo prioritario en el plan estratégico de EITB para 2013-2016 y relacionado con el “segmento más joven” (EITB, 2013b: 22).

Radio Televisión de la Región de Murcia (RTRM)

El caso de RTRM es similar al de la CRTVG y, del mismo modo, haremos una breve descripción. OR Música es una emisora de tipo “hilo musical”, es decir, emite una selección musical veinticuatro horas al día, sin locutor y en la que prácticamente cualquier género y estilo tiene cabida. Es la emisora más “opaca” de todas las analizadas y de hecho no se recogen alusiones a ella hasta el primer contrato-programa de la corporación murciana, que dejaba la siguiente sentencia, que, por poco halagüeña y singular, reproducimos: “Una segunda programación complementaria, con la denominación “Onda Regional Música”, con contenidos mayoritariamente musicales y de otros contenidos que por ajustes de programación no tengan cabida en la primera” (Consejería de Presidencia, Consejería de Economía y Hacienda, RTRM, 2013: 10).

Radio y Televisión de Andalucía (RTVA)

Canal Fiesta Radio surgió en 2001 de la antigua Fórmula 1. Conocido cariñosamente por locutores y oyentes como “El Fiesta”, la emisora tuvo unos inicios un tanto truculentos relacionados con la muerte a causa de las drogas de dos jóvenes durante una fiesta del programa Mundo Evassion, que vinieron a ser un epílogo de las desafortunadas palabras en una entrevista de su entonces director, Carmelo Villar, en las que aludía a la tremenda aportación de este programa a la “gran cultura del botellón” (Arboledas citando a Díaz Nosty, 2009: 392).

La idea de una “identidad andaluza” ronda las primeras definiciones de la emisora. Recordemos que se autodenomina en su eslogan “la radio musical de Andalucía”, e, incluso, se planteó con la idea de ampliar fronteras y como anécdota tenemos la celebración de su tercer aniversario con “un concierto multitudinario en el Palau Olímpic de Badalona en homenaje a la comunidad andaluza de Cataluña” (RTVA, 2005: 93). Si concretamos, tenemos una emisora “dirigida a la audiencia joven” (Consejería de la Presidencia e Igualdad, 2012: 205), con una clara apuesta por la música en español y “con especial atención a las producciones andaluzas” (Parlamento de Andalucía, RTVA, 2010: 60). Esta clara vocación comercial, denominada “competitividad” en los textos corporativos, no se esconde y para la corporación andaluza no entra en confrontación con la idea de servicio público. Para muestra tenemos esta frase que se repite en numerosos textos e incluso en la descripción de la emisora en su página web: “Canal Fiesta Radio constituye una emisora musical competitiva con vocación mayoritaria, que no renuncia al espíritu de servicio público de la cadena Canal Sur Radio” (RTVA, 2005: 132).

FlamencoRadio nació plenamente centrada en Internet para reivindicar lo que se entiende desde la RTVA como un patrimonio cultural andaluz. De hecho, ya el Estatuto de Autonomía de Andalucía establece, en su artículo 68.1, la necesidad de proteger el patrimonio cultural del flamenco (Cortes Generales, 2007a). Esto es precisamente lo que se desprende de las palabras en sede parlamentaria del entonces director de la RTVA: “es una innovación, una avanzadilla muy importante para el flamenco, que no tengo que recordarles lo que significa en nuestro patrimonio cultural” (Parlamento de Andalucía, 2008: 26).

Uno de los documentos en los que más se ha concretado el contenido de servicio público de las emisoras musicales es el último contrato-programa de la RTVA, en el que se establecen una serie de cuotas para la programación y que, por singular, creemos importante comentar. Tras la desaparición de los contenidos culturales de los objetivos televisivos (Consejería de la Presidencia e Igualdad, 2012), los mayores objetivos en el ámbito de la cultura se fijan para la “oferta de radio dedicada a la actualidad de interés público”,⁹ dejando para la radio musical la “divulgación” y el “entretenimiento”. Concretamente, para Canal Fiesta Radio reserva un 75% de los programas sobre “divulgación de las realizaciones de creadores y artistas andaluces y españoles de la música popular” y un “25% en espacios de entretenimiento” (Consejería de la Presidencia e Igualdad, 2012: 204) y para FlamencoRadio la “producción propia al 100% de una oferta divulgativa” (ídem).¹⁰

Canal Fiesta Radio ha estado presente en los textos legales y corporativos desde su creación. Además, se ha mantenido un discurso estable y en consonancia con lo que efectivamente ofrece su programación: música pop, comercial y dirigida a un público joven. Además, se hace hincapié en la “identidad” de lo “andaluz”, con especial atención a las producciones andaluzas” (Parlamento de Andalucía, RTVA, 2010: 60) y a través de la promoción de la industria cultural musical andaluza, que no de la escena musical andaluza (Consejería de la Presidencia e Igualdad, 2012; RTVA, 2005, 2006).

En el caso de FlamencoRadio, es significativo que todos los términos se hayan recogido únicamente en documentos legales entre 2006 y 2010, con la consiguiente desaparición hasta 2015. Además, se refieren en exclusiva al género y a la identidad (Parlamento de Andalucía, RTVA, 2010; Consejería de la Presidencia e Igualdad, 2012).

Radio Televisión Española (RTVE)

Radio Clásica fue la primera de las emisoras musicales en España. Creada en julio de 1965, dentro del Segundo Programa de RNE, pasó a denominarse Radio 2 y, definitivamente a partir de 1984, Radio Clásica. Probablemente sean las emisoras de música clásica a las que se les presupone una función de servicio público sin cuestionamientos y en la Memoria de RTVE de 2008 se recoge esta frase que lo ilustra perfectamente: “Radio Clásica es el máximo exponente de Servicio Público” (RTVE, 2009: 426).

Nacida en 1979 al amparo del Tercer Programa, Radio 3, acuñada “Radio 3 Pop” en sus inicios, comenzó a emitirse como un espacio nocturno “con una duración de cinco horas diarias y centrado en el pop, el rock, el jazz, el folk y la música de vanguardia” (Pedrero Esteban, 2000: 97) y pronto tomó una gran relevancia social de la mano de la llamada “Movida” (Fouce, 2008).

Si existe una emisora particularmente difícil de definir en el panorama radiofónico español esa es Radio 3. Así, encontramos calificaciones tan variopintas como emisora de “Música Urbana” (Martí, 1990: 139), “radiofórmula de música joven” (Prado, 1995: 236) o en palabras de la entonces directora de RTVE, Carmen Caffarel: “radio juvenil, cultural e

innovadora” (Congreso de los Diputados, 2005: 33). Incluso en los textos corporativos encontramos diversas definiciones, como en la Memoria de RTVE de 2011, que aludía a ella hasta en tres ocasiones como una “radio musical” (RTVE, 2012: 570), una “emisora cultural” (ídem: 1594) e, incluso, como una “cadena de música ligera” (ídem: 1099). Lo cierto es que Radio 3 se ha ido configurando hasta llegar a ser una “radio de autor” (RTVE, 2009: 163), en la que tienen cabida casi todos los géneros y estilos de la música popular y que se ha convertido en un elemento de prestigio para la corporación, e, incluso, ha sido calificada en sede parlamentaria como “modelo para otras emisoras” (Congreso de los Diputados, 2006).

Las primeras alusiones tanto a Radio Clásica como a Radio 3 se recogen en las sesiones parlamentarias, en 1990, en el caso Radio 3 (Congreso de los Diputados, 1990) y, en 2005, respecto a Radio Clásica (Congreso de los Diputados, 2005). Además, para encontrar la primera referencia en un documento de tinte legal debemos remitirnos al *Informe para la Reforma de los Medios de Comunicación de Titularidad del Estado* en 2005. La única y paupérrima definición en la legislación es la del mandato-marco de RTVE, que alude a Radio Clásica como un “canal musical” (Cortes Generales, 2007b: 6) y a Radio 3 como un “canal destinado al público joven y alternativo” (ídem). Es en las recientemente publicadas Memorias de RTVE donde se recogen la mayor parte de las referencias a las emisoras musicales (RTVE, 2009, 2010, 2011, 2012).¹¹

Radio Clásica es una de las grandes olvidadas de la Corporación. Además, las referencias a ella son escasas y repetitivas. El Consejo para la Reforma de los Medios de Comunicación de Titularidad del Estado (2005) la calificó como una emisora de “música culta” y este es el término que se emplea en numerosos documentos corporativos (RTVE, 2009, 2010, 2011, 2012, 2013, 2014), aunque también se resaltan géneros musicales como el jazz o la música folk (RTVE, 2013) y de la lectura de los textos corporativos podemos extraer que existe una gran preocupación por mostrarla como una emisora donde todo tiene cabida: “Radio Clásica se preocupa tanto de las músicas de repertorio como de las minoritarias, de los nuevos intérpretes y de los consagrados, de la nueva creación y de los clásicos, de la española y de otras culturas” (RTVE, 2009: 426).

“Cultura” y “calidad” también son elementos importantes junto con la función educativa, patente en frases como esta: “sin educación no puede haber afición” (RTVE, 2009: 427). En la “calidad” puso el énfasis el Consejo para la Reforma de los Medios de Comunicación de Titularidad del Estado (2005: 96) en extraña asociación con el género musical, al sugerir que Radio Clásica debía realizar una “apertura a otros géneros musicales de calidad”. Precisamente sobre la “calidad” se ofrecen numerosas sentencias en las Memorias de RTVE, como “calidad digital” (RTVE, 2009: 78) o “referente de calidad en la vida cultural española” (RTVE, 2011: 243). Las alusiones a la “cultura” se observan a partir de 2010 y con cariz aperturista y en búsqueda de un vínculo con la sociedad¹² como la muy democrática frase “la cultura al alcance de todos” (RTVE, 2014: 63). Concretamente en un epígrafe de la Memoria de 2011 titulado “la nueva Radio Clásica” tenemos frases como “referente ineludible de la vida cultural española”, “promotora y difusora de la cultura” (RTVE, 2011: 1573). A partir de 2010, coincidiendo con un cambio de dirección y lo que se denominó en documentos corporativos como “una etapa de renovación” (RTVE, 2011: 243) encontramos términos ausentes en documentos anteriores, como “juventud”, en el sentido de “acercarse aún más al público joven, sin perder por ello sus señas de identidad” (RTVE, 2012: 337) y orientada “especialmente a aquellos que están estudiando música o iniciando la carrera profesional en algún instrumento” (RTVE, 2011: 1530). Sin embargo, esto no se extiende a la “escena”, término que solo se nombra una vez, en las Memorias de 2009 (RTVE, 2010).

“Cultura” y “juventud” son los términos más empleados en las Memorias de RTVE para referirse a Radio 3. Además, a partir de 2012, se incrementa el uso de términos más ambiguos orientados a remarcar su distinción, como “alternatividad” o “creatividad” (RTVE, 2013: 341) e incluso se alude a conceptos intrínsecamente radiofónicos, como la “labor prescriptora” (RTVE, 2009: 400; RTVE, 2010: 200).

“Alternatividad” y “no intencionalidad comercial” son términos muy empleados cuando se habla de Radio 3 y precisamente eran los que recogía el Consejo para la Reforma de los Medios de Comunicación de Titularidad del Estado (2005: 96), que consideraba que la emisora “debe abrirse más a la innovación en conexión con nuestra industria discográfica independiente de repertorio nacional”, amén de ser una “plataforma de los gustos jóvenes” (ídem).

De hecho, Radio 3 es considerada como la emisora “más joven” de RTVE y en estos términos exactos es frecuentemente nombrada (RTVE, 2009, 2010, 2011). Su carácter de contenedor cultural parece haber hecho mella en los autores de los textos corporativos, muy centrados en las alusiones a la “cultura”, que se nombra hasta once veces, entre las que destacan frases como “labor prescriptora de contenidos culturales” (RTVE, 2010: 200), “testigo de los acontecimientos más señalados en lo que al ámbito cultural” (RTVE, 2011: 261), “a la vanguardia en contenidos culturales” (ídem: 1570) u “ofrece las mil caras de la cultura” (RTVE, 2012: 1591) para terminar con lo que se ha convertido en el eslogan de la emisora en los últimos años: “música y cultura” (RTVE, 2014: 64).¹³

En cuanto al género musical, en las Memorias de RTVE casi no se alude a la música pop, base de la programación de la emisora, sino que se recalca el término “independiente” e incluso se llega a usar una palabra inédita en todos los documentos analizados: “*indie*” (RTVE, 2009: 109, 447), en contraposición con las “listas de éxitos” y las “radios comerciales” (RTVE, 2010: 203), que se suele anteponer a la “calidad”: “la mejor música no comercial” (RTVE, 2013: 341). Por el contrario, no se nombran términos intrínsecamente relacionados con la función de servicio público de las emisoras musicales, como “escena” o “industria musical”.

Conclusiones

En este artículo hemos pretendido realizar una aportación a la definición de la radio musical desde la perspectiva del radiodifusor de servicio público y a través de la revisión de textos legales y corporativos. Un área de estudio muy específica y sin duda garante de la función de servicio público que, a menudo, ha sido denostada en pro de la información.

El recuento de documentos ha arrojado una verdad demoledora: la radio musical no es un ámbito de interés ni para los legisladores ni para las corporaciones. Los pocos resultados muestran, con matices, que la función cultural (iCat.cat, Catalunya Música), la calidad (Radio Clásica), las alusiones al género y estilo, a la música independiente y a la novedad (Radio 3), a la juventud (Gaztea Irratia, Canal Fiesta Radio) o el soporte a la escena (iCat.cat) son los aspectos más frecuentes cuando se describe a la radio musical en los textos legales y corporativos.

Por el contrario, un aspecto relevante, como es la promoción de la industria cultural musical prácticamente se omite, excepto en Canal Fiesta Radio. Otro elemento importante es la promoción del idioma en las Comunidades Autónomas con lenguas cooficiales, que se aborda de manera distinta, mientras que en Euskadi se opta por unir entretenimiento con idioma (Gaztea Irratia), en Catalunya se inclinan por la escena catalana musical (iCat.Cat).

Todos los términos asociados a la radio musical se podrían resumir en una frase: todo es cultura. Bien es cierto que la caída libre de la cultura en televisión deja a la radio aún más como un reducto cultural y es precisamente “cultura” el término más mencionado en referencia a la radio musical pero a menudo con un cliché de comodín que no hace sino añadir incertidumbre a su definición. Además, el escaso número de alusiones, la falta de concreción de las mismas o, lo que es peor, la reiteración en tópicos como “cultura” o “calidad” sin profundizar en los cambios, que, sin duda, en el caso de las emisoras decanas han debido de suceder, hacen necesaria una actualización.

“Música y significado”, además de ser un programa de Radio Clásica, no es un título casual para este artículo. La deriva de la radio musical, únicamente en manos de programadores y directivos, hace especialmente necesaria la concreción a nivel legal y corporativo para conferirle de una vez por todas el soporte argumentativo que merece. Explícitamente se debería establecer qué debe contener una programación de servicio público en el caso de la radio musical e incluir a estas emisoras de manera activa en los planes de actividades de las Corporaciones. No basta con una sucesión de definiciones. También hay que dotarlas de significado, máxime cuando la actual situación de crisis económica amenaza la pervivencia de la radio musical pública en España. El futuro pasa por redefinir el presente y qué mejor manera que plasmarlo en documentos que permitan una mayor justificación.

¹ Televisión Sin Fronteras.

² Audiovisual Media Services Directive.

³ Radio Nacional de España.

⁴ Debemos lamentar la pérdida de Si Ràdio, emisora musical de la extinta RTVV (Radiotelevisió Valenciana).

⁵ Concretamente una tesis doctoral realizada en la Universitat Autònoma de Barcelona, dirigida por los doctores Montse Bonet Bagant y Xavier Ribes Guàrdia y titulada *¿A quién le importa? Radio especializada musical desde la perspectiva del servicio público.*

⁶ Nos referimos al Informe para la Reforma de los Medios de Comunicación de Titularidad del Estado, documento que hemos incluido dada su relevancia, aunque sus recomendaciones no se vieran recogidas en la legislación posterior.

⁷ En las citas textuales en catalán se hará una traducción propia.

⁸ Recordemos que toda esa fiebre multiplataforma ha ido disminuyendo hasta que, en 2012, tuvo tristemente lugar el cierre de la FM de la emisora.

⁹ Suponemos, por descarte, que se refiere a la RAI (Radio Andalucía Información).

¹⁰ Pese a este énfasis en los contenidos divulgativos de la radio musical, en su descripción se citan hasta diecinueve tipos, incluidos los de “temáticas taurinas por su especial vinculación con la cultura tradicional andaluza” (ídem) y entre los que no está la música.

¹¹ En estos interminables documentos, que llegan a tener más de 1000 páginas, se hace un gran énfasis en los eventos y conciertos realizados, de los que llega a dar un listado completo. Sin embargo, pronto se abandonó la sana costumbre de publicar, puesto que ya en 2014 no existe documento alguno.

¹² De hecho, a partir de la Memoria de 2012 se incorpora el subtítulo tremendamente “marketiniano” de “responsabilidad social corporativa”. Sin duda la función social es una parte indivisible de los medios públicos y quizás este precepto ha imbuido una clasificación sí, más no original de la programación denominada “responsable”, en la que encontramos categorías bastante variopintas. Así, varios programas de Radio Clásica y de Radio 3 aparecen clasificados como promotores de la tan publicitada “marca España” (RTVE, 2013: 4).

¹³ Esta asociación de Radio 3 con la cultura se extiende más allá de la radio. Valga como ejemplo la iniciativa de la emisora de poner música a las exposiciones del Museo del Prado, <http://www.rtve.es/radio/20151130/pradoradio3/1264622.shtml>.

Bibliografía

ADER, T. (2006). "Cultural and regional remits" in *Broadcasting, Iris Plus, Legal Observations of the European Audiovisual Observatory*, 08, 2-8.

AMOEDO, A., MARTÍNEZ-COSTA, M. P. y MORENO, E. (2008). "An analysis of the communication strategies of Spanish commercial music networks on the web: los 40.com, los 40 principales.com, cadena100.es, europafm.es and kissfm.es". *The Radio Journal: International Studies in Broadcast and Audio Media*, 6, 1, 5-20.

ARBOLEDAS, L. (2009). *La industria radiofónica en Andalucía: dependencia económica y control político (1982-2008)*. Tesis doctoral. Granada. Universidad de Granada.

BARDOEL, J. (2008). "Public Broadcasting Systems". En: DONSBACH, W. (Ed.). *The International Encyclopedia of Communication*. Blackwell. Blackwell Publishing.

BARNARD, S. (1989). *On the Radio. Music radio in Britain*. Philadelphia. Open University Press.

BLUMLER, J. (1998). "Wrestling with the public interest in organized communications". En: BRANTS, K., HERME, J. y VAN ZONEN, L. (Eds.). *The media in question. Popular cultures and public interests*. Londres. Sage, 51-63.

BONET, M. (2005). "La radio española 1994-2004. Una década de consolidación y desencanto". *Sphera Pública*, 5, 59-70.

BONET, M., FERNÁNDEZ-QUIJADA, D. y RIBES, X. (2011). "The Changing Nature of Public Service Radio: A Case Study of iCat FM". *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, 17, 2, 177-192.

BONET, M., ARBOLEDAS, L. y GUIMERÀ, J.A. (2014). "Past boundaries, future limitations: Spanish Public Service Broadcasting at risk", ponencia presentada en RIPE, Tokyo, 27-29 de agosto, <http://ripeat.org/conference2014> (consulta 06/09/2014)

CCMA (Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals). (2008). *Memòria anual d'activitats 2007*, http://www.ccma.cat/corporacio/corporacio_informe_anual_cat.htm

CCMA (Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals). (2009). *Memòria anual d'activitats 2008*, http://www.ccma.cat/corporacio/corporacio_informe_anual_cat.htm

CCMA (Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals). (2010a). *Guia Editorial i Llibre d'Estil*, <http://www.ccma.cat/lilibredestil>

CCMA (Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals). (2010b). *Memòria anual d'activitats 2009*, http://www.ccma.cat/corporacio/corporacio_informe_anual_cat.htm

CCMA (Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals). (2010c). *Pla d'activitats 2010*, <http://www.ccma.cat/pdf/Pladactivitats2010.pdf>

CCMA (Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals). (2011a). *Memòria anual d'activitats 2010*, http://www.ccma.cat/corporacio/corporacio_informe_anual_cat.htm

CCMA (Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals). (2011b). *Pla d'activitats 2011*, <http://www.ccma.cat/pdf/Pladactivitats2011.pdf>

CCMA (Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals). (2012a). *Memòria anual d'activitats 2011*, http://www.ccma.cat/corporacio/corporacio_informe_anual_cat.htm

CCMA (Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals). (2012b). *Pla d'activitats 2012*, http://www.ccma.cat/pdf/Pla_d%27activitats_2012.pdf

CCMA (Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals). (2013). *Memòria anual d'activitats 2012*, http://www.ccma.cat/corporacio/corporacio_informe_anual_cat.htm

CCMA (Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals). (2014a). *Pla d'activitats 2014*, <http://www.ccma.cat/pdf/pla-activitats-2014.pdf>

CCMA (Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals). (2014b). *Memòria anual d'activitats 2013*, <http://statics.ccma.cat/multimedia/pdf/nohash/memoria-anual-2013.pdf>

CCMA (Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals). (2015). *Pla d'activitats 2015*, <http://statics.ccma.cat/multimedia/pdf/nohash/pla-activitats-2015.pdf>

CCRTV (Corporació Catalana de Ràdio i Televisió). (2004). *Informe Anual 2003*, http://www.ccma.cat/corporacio/corporacio_informe_anual_cat.htm

CCRTV (Corporació Catalana de Ràdio i Televisió). (2006). *Informe Anual 2005*, http://www.ccma.cat/corporacio/corporacio_informe_anual_cat.htm

CCRTV (Corporació Catalana de Ràdio i Televisió). (2007). *Informe Anual 2006*, http://www.ccma.cat/corporacio/corporacio_informe_anual_cat.htm

CONGRESO DE LOS DIPUTADOS. (1990). *Control parlamentario RTVE*. Diario Oficial del Congreso de los Diputados, 29 de septiembre de 1990, núm. 101.

CONGRESO DE LOS DIPUTADOS. (2005). *Control parlamentario RTVE*. Diario Oficial del Congreso de los Diputados, 16 de febrero de 2005, núm. 155.

CONGRESO DE LOS DIPUTADOS. (2006). *Control parlamentario RTVE*. Diario Oficial del Congreso de los Diputados, 28 de junio de 2006, núm. 630.

CONSEJERÍA DE CULTURA; EITB. (2012). *Contrato Programa con el Ente Público de Derecho Privado "Radio Televisión Vasca-Euskal Irrati Telebista" para el periodo 2012 y su anexo de concreción de compromisos al mismo*, <http://www.eitb.com/multimedia/corporativo/documentos/contrato-programa-2012.pdf>

CONSEJERÍA DE PRESIDENCIA; CONSEJERÍA DE ECONOMÍA Y HACIENDA; RTRM. (2013). *Contrato-Programa del servicio público de comunicación audiovisual 2014-2016*, http://www.rtrm.es/doc/transparencia/Contrato_Programa_CARM-RTRM_2014-2016.pdf

CONSEJERÍA DE LA PRESIDENCIA E IGUALDAD. (2012). *Acuerdo de 28 de diciembre de 2012, del Consejo de Gobierno, por el que se aprueba el Contrato-Programa entre el Consejo de Gobierno de la Junta de Andalucía y la Agencia Pública Empresarial de la Radio y Televisión de Andalucía para el período 2013-2015*, http://www.juntadeandalucia.es/boja/2012/254/BOJA12-254-00019-21039-01_00019112.pdf

CONSEJO PARA LA REFORMA DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN DE TITULARIDAD DEL ESTADO. (2005). *Informe para la reforma de los medios de comunicación de titularidad del Estado*, <http://estaticos.elmundo.es/documentos/2005/02/21/reforma.pdf>

CORTES GENERALES. (2006). *Ley 17/2006, de 5 de junio, de la radio y la televisión de titularidad estatal*, http://noticias.juridicas.com/base_datos/Admin/l17-2006.html

CORTES GENERALES. (2007a). *Ley Orgánica 2/2007, de 19 de marzo, de reforma del Estatuto de Autonomía para Andalucía*, http://noticias.juridicas.com/base_datos/Admin/lo2-2007.html

CORTES GENERALES. (2007b). *Aprobación por los Plenos del Congreso de los Diputados y del Senado del mandato-marco a la Corporación RTVE previsto en el artículo 4 de la Ley 17/2006, de 5 de junio, de la radio y la televisión de titularidad estatal*, http://www.rtve.es/contenidos/documentos/MANDATO_MARCO_18_12_07.pdf

COSTA GÁLVEZ, L. (2013). “Como lo oyes. La publicación de los listados de reproducción de los programas temáticos musicales en la radio de titularidad pública en España”. *Trípodos*, 33, 73-98, http://www.tripodos.com/index.php/Facultat_Comunicacio_Blanquerna/issue/current/showTOC

COSTA GÁLVEZ, L. (2015a). “Música, radio y servicio público. Qué suena en los programas despertador de iCat.cat y BBC Radio 6 Music”. *Observatorio (OBS*) Journal*, 9, 1, 55-76, <http://obs.obercom.pt/index.php/obs/article/view/778>

COSTA GÁLVEZ, L. (2015b). *¿A quién le importa? Radio especializada musical desde la perspectiva del servicio público*. Tesis doctoral. Bellaterra. Universitat Autònoma de Barcelona.

CRISELL, A. (2006). *More than a Music Box: Radio Cultures and Communities in a Multi-Media World*. Londres. Berghahn Books.

DEPARTAMENTO DE PRESIDENCIA; CONSEJERÍA DE HACIENDA Y ADMINISTRACIÓN PÚBLICA; CONSEJERÍA DE CULTURA; EITB. (2007). *Contrato-Programa con el ente público Radio Televisión vasca (EITB) para el periodo 2007-2010*, http://www.kultura.ejgv.euskadi.net/r46-kgzh2/es/contenidos/informacion/eitb/es_eitb/adjuntos/EITB_0710.pdf

EITB (Euskal Irrati Telebista). (2011). *Memoria EITB 2009-2010*, http://www.eitb.com/multimedia/documentos/2011/07/22/515224/anexo_a_es.pdf

EITB (Euskal Irrati Telebista). (2013a). *Memoria EITB 2011-2012*, <http://www.eitb.com/es/grupo-eitb/eitb-plus/responsabilidad-social-corporativa>

EITB (Euskal Irrati Telebista). (2013b). *Plan estratégico EITB 2013-2016*, <http://www.eitb.com/multimedia/corporativo/documentos/plan-estrategico-eitb-2013-2016.pdf>

FERNÁNDEZ ALONSO, I., GUIMERÀ I ORTS, J.A. y FERNÁNDEZ VISO, A. “Impacto de la crisis económica en las políticas de comunicación de la Generalitat de Cataluña (2011)”. *Derecom*, 8, 1-17, <http://www.derecom.com/derecom>

FOUCE, H. (2008). "Emociones en lugar de soluciones. Música popular, intelectuales y cambio político en la España de la Transición". TRANS-Revista Transcultural de música, 12, <http://www.sibetrans.com/trans/trans12/art20.htm>

FRANQUET, R. (1986). *Història de la radiodifusió a Catalunya*. Barcelona. Edicions 62.

GALLEGO, J.I. (2015). "User-Generated Playlists: Radio Music Programming in the Age of Peer-to-Peer Production, Distribution, and Consumption". En: BONINI, T.; MONCLÚS, B. (Eds.). *Radio Audiences and Participation in the Age of Network Society*. Londres. Routledge, 195-211.

GARITAONANDIA, C. (1988). *La radio en España (1923-1939). De altavoz musical a arma de propaganda*. Bilbao. Servicio editorial de la Universidad del País Vasco.

GUTIÉRREZ, M., RIBES, X. y MONCLÚS, B. (2011). "La audiencia juvenil y el acceso a la radio musical". *Comunicación y Sociedad*, XXIV, 2), 305-331.

HENDY, D. (2000a). "A Political Economy of Radio in the Digital Age". *Journal of Radio & Audio Media*, 1, 7, 213-234.

HENDY, D. (2000b). "Pop music radio in the public service: BBC Radio 1 and new music in the 1990s". *Media, Culture & Society*, 22, 743-761.

HENNION, A. y MEADEL, C. (1986). "Programming music: radio as mediator". *Cultural Society*, 1, 1, 97-114.

HOYOS, G. (2011). *¿Cultura como último recurso para el servicio público? Uso del término "cultura" en los documentos legislativos e institucionales de la CCMA y la RTVA*. Trabajo final de máster. Bellaterra. Universitat Autònoma de Barcelona, <http://hdl.handle.net/2072/224894>

HOYOS, G. (2015). "Cultura y televisión pública: ¿indefinición o desinterés? El caso de la RTVA y Canal Sur 2". *Derecom*, 19, 33-47, <http://www.derecom.com/derecom>

JAKUBOWICZ, K. (2007). "Qui d'autre que nous? La radiodiffusion de service publique et la culture au 21e siècle". En : NISSEN, C. (Coord.). *Faire la difference. La radiodiffusion de service publique dans le paysage audiovisuel européen*. Eastleigh. Ginebra. John Libbey Publishing. EBU, 37-54.

LONG, P. 2006. "The primary code: The meanings of John Peel, radio and popular music". *The Radio Journal – International Studies in Broadcast and Audio Media*, 4, 1,2,3, 25-48.

MARTÍ, J.M. (1990). *Modelos de programación radiofónica*. Barcelona. Feed-Back Ediciones.

MORENO, E. (1999). "La radio de formato musical: concepto y elementos fundamentales". *Comunicación y Sociedad*, XII, 1, 89-111.

PARLAMENTO DE ANDALUCÍA. (2008). *Comisión de Control de la Agencia Pública Empresarial de la RTVA y de sus sociedades filiales*. Diario de sesiones, 16 de septiembre de 2008, núm. 57.

PARLAMENTO DE ANDALUCÍA; RTVA. (2010). *Carta de Servicio Público RTVA 2010: Resolución de 15 de octubre de 2010, de la Presidencia, por la que se ordena la publicación de la Carta del Servicio Público de la Agencia Empresarial de la Radio y Televisión de Andalucía, aprobada por*

el Pleno del Parlamento de Andalucía en sesión celebrada los días 15 y 16 de septiembre de 2010, <http://www.juntadeandalucia.es/boja/2010/213/21>

PEDRERO ESTEBAN, L. M. (2000). *La radio musical en España. Historia y análisis*. Madrid. IORTV.

PRADO, E. (1995). "El nuevo sistema radiofónico y la configuración del Estado: la sintonía de la radio española". En: DÍAZ-NOSTY, B (Dtor.). *Comunicación social 1994/Tendencias*. Madrid: Fundesco, 235-240.

RAATS, T. y PAUWELS, C. (2010). "The Cultural Remit Renaissance? Conceptualizing and assessing Public Service Broadcasting as a hub in a networked media ecology", ponencia presentada en RIPE, Londres, 8-11 de septiembre, <http://ripeat.org/2010/%E2%80%98the-cultural-remit-renaissance%E2%80%99-conceptualizing-and-assessing-public-service-broadcasting-as-a-hub-in-a-networked-media-ecology>

RTVA (Radio y Televisión de Andalucía). (2005). *Memoria RTVA 2004*, http://www.canalsur.es/html/portal/com/bin/contenidos/zona_descarga/memoria_2004/1185531536322_rtva_memoria_2004.pdf

RTVA (Radio y Televisión de Andalucía). (2006). *Memoria RTVA 2005*, http://www.canalsur.es/html/portal/com/bin/contenidos/zona_descarga/memoria_2005/1156756614422_rtva_memoria_2005.pdf

RTVE (Radio Televisión Española). (2009). *Memoria 2008 sobre el cumplimiento de la función de servicio público*, <http://www.rtve.es/rtve/20140609/transparencia-memorias-servicio-publico/951181.shtml>

RTVE (Radio Televisión Española). (2010). *Memoria 2009 sobre el cumplimiento de la función de servicio público*, <http://www.rtve.es/rtve/20140609/transparencia-memorias-servicio-publico/951181.shtml>

RTVE (Radio Televisión Española). (2011). *Memoria 2010 sobre el cumplimiento de la función de servicio público*, <http://www.rtve.es/rtve/20140609/transparencia-memorias-servicio-publico/951181.shtml>

RTVE (Radio Televisión Española). (2012). *Memoria 2011 sobre el cumplimiento de la función de servicio público*, <http://www.rtve.es/rtve/20140609/transparencia-memorias-servicio-publico/951181.shtml>

RTVE (Radio Televisión Española). (2013). *Memoria 2012 sobre el cumplimiento de la función de servicio público y la responsabilidad social corporativa*, <http://www.rtve.es/rtve/20140609/transparencia-memorias-servicio-publico/951181.shtml>

RTVE (Radio Televisión Española). (2014). *Memoria 2013 sobre el cumplimiento de la función de servicio público y la responsabilidad social corporativa*, <http://www.rtve.es/rtve/20140609/transparencia-memorias-servicio-publico/951181.shtml>

SENADO. (1996). *Informe de la Comisión Especial sobre los Contenidos Televisivos*. Secretaría General del Senado, Madrid.

WALL, T.; DUBBER, A. (2009). "Specialist music, public service and the BBC in the Internet age". *The Radio Journal—International Studies in Broadcast and Audio Media*, 7, 1, 27–4.

Legislación

CONSEJO EUROPEO. (1989). *Directiva 89/552/CEE del Consejo, de 3 de octubre de 1989 (Directiva TSF)*,

http://europa.eu/legislation_summaries/audiovisual_and_media/l24101_es.htm

PARLAMENT DE CATALUNYA. (1983). *Ley 10/1983, de 30 de mayo, de creación del ente público Corporació Catalana de Ràdio i Televisió y de regulación de los servicios de radiodifusión y televisión de la Generalidad de Cataluña*, <http://www.boe.es/cca/dogc/1983/337/f01480-01484.pdf>

PARLAMENT DE CATALUNYA. (1998). *Llei 1/1998, de 7 de gener, de Política Lingüística*, http://noticias.juridicas.com/base_datos/CCAA/ca-11-1998.html

PARLAMENTO DE ANDALUCÍA. (1987). *Ley 8/1987 de Creación de la Empresa Pública de Radio y Televisión de Andalucía y regulación de los servicios gestionados por la Junta de Andalucía*, <http://www.juntadeandalucia.es/boja/1987/104/1>

PARLAMENTO EUROPEO; CONSEJO EUROPEO. (2010). *Directiva 2010/13/UE del Parlamento europeo y del Consejo de 10 de marzo de 2010 sobre la coordinación de determinadas disposiciones legales, reglamentarias y administrativas de los Estados miembros relativas a la prestación de servicios de comunicación audiovisual (Directiva de servicios de comunicación audiovisual AVMSD)*, <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2010:095:0001:0024:ES:PDF>

PARLAMENTO VASCO. (1996). *Ley 4/1996, de 11 de octubre, de reforma de la Ley de creación del Ente Público «Radio Televisión Vasca» (Ley 5/1982, de 20 de mayo), referente a nombramiento y cese del Director General de EITB*, <http://www.boe.es/boe/dias/2012/01/20/pdfs/BOE-A-2012-867.pdf>