

Radio musical y servicio público, ¿a quién le importa? A la CCMA

LOLA COSTA GÁLVEZ

Investigadora independiente

doloresgalvez@gmail.com

Código ORCID: orcid.org/0000-0001-5003-5269

Artículo recibido el 11/04/17 y aceptado el 24/05/17

Resumen

La radio musical es una parte fundamental de muchas de las corporaciones audiovisuales públicas en España. Este artículo presenta el estudio de caso de las emisoras musicales de la corporación pública de Cataluña, la Corporación Catalana de Medios Audiovisuales (CCMA). Específicamente se profundiza en las políticas que las definieron y cómo han venido desarrollando su misión de servicio público hasta la actualidad a través de las estrategias programáticas y digitales. Los resultados muestran cómo se han construido dos modelos diferenciados y basados en el concepto de servicio público. Tanto Catalunya Música como iCat.cat son propuestas sólidas y relevantes para la ciudadanía, que, sin embargo, han sufrido vicisitudes varias en los últimos años a causa de la crisis económica.

Palabras clave

Radio musical, servicio público, políticas de comunicación, estrategia digital, Cataluña, CCMA, iCat.cat, Catalunya Música.

Abstract

Music radio is a fundamental part of many audiovisual public corporations in Spain. This article presents the case study of music radio in the audiovisual public corporation in Catalonia, Catalan Corporation of Audiovisual Media (CCMA). The research delves specifically into the public policies that established them and how they have fulfilled their public service mission through programming and digital strategies. Results show how the strategy of the two stations has been based upon the public service idea. Both Catalunya Música and iCat.cat are solid and relevant proposals for citizenship. However, in recent times they have faced several difficulties because of the economic crisis.

Keywords

Music radio, public service media, communication policies, digital strategy, Catalonia, CCMA, iCat.cat, Catalunya Música.

1. Introducción

Desde sus inicios, la radio ha sido el principal altavoz de la escena y la industria musical (Frith 1987). En este contexto la radio musical comenzó a formar parte de los medios de servicio público y a convertirse en una de sus grandes justificaciones, labor que a menudo ha sido ignorada por varios actores. Por un lado, tenemos a los legisladores, que tienden a no prestarle atención, pero al mismo tiempo alaban su labor sin cuestionamientos. Por otro, tenemos a las propias corporaciones, más preocupadas de la información que de la cultura, lo que deja a la radio musical a favor del buen hacer de los trabajadores. Por otro último, está la academia, que ha tendido a considerarla un ámbito de investigación, cuando menos, menor, al que apenas ha dedicado exclusividad y, si lo ha hecho, no ha sido más que como mera mención.¹

La cultura, gran rasgo definitorio del servicio público, ha pasado del monopolio a la excepción y gran justificación de su existencia al hilo del “¿quién, si no nosotros?” (Jakubowicz

2007). La música ocupa un lugar primordial dentro de las manifestaciones culturales. No obstante los vaivenes que ha sufrido en radio (Gutiérrez y Huertas 2005) y también en televisión (Llorens y Aymerich 2007), por ejemplo, con el cierre de Canal Sur 2 en Andalucía (Hoyos 2015) o con la fusión del canal cultural 33 con el infantil 3XL en Cataluña, las circunstancias han situado la radio, el más musical de todos los medios, en una posición resiliente dentro del ecosistema de medios públicos en España, situación amplificada con los cambios que internet ha traído en la distribución de la música y también de la radio (EBU 2014; Nylund Hagen 2015). Por ende, es importante destacar el posicionamiento de algunas corporaciones audiovisuales públicas en España que mantienen radios de especialización musical que desarrollan su misión de servicio público de manera heterogénea (Costa Gálvez 2015)

El presente artículo se refiere exclusivamente al ámbito de la radio musical pública en Cataluña y concretamente aborda el estudio de caso de las emisoras musicales de la Corporación Catalana de Medios Audiovisuales (CCMA),² Catalunya Música

e iCat.cat, con la siguiente pregunta de investigación: ¿cómo se define la radio musical de la CCMA desde la perspectiva del servicio público?

La corporación pública catalana cuenta con dos radios dedicadas a la música clásica y seis a la música popular, agrupadas bajo dos grandes paraguas: Catalunya Música, para la música clásica, e iCat.cat, para la música pop. Este trabajo no se centra en el recorrido histórico de emisoras que tienen ya una relevancia, treinta años en el caso de Catalunya Música y doce años en el de iCat.cat, ni en los vaivenes económicos y laborales que ha vivido la CCMA. Específicamente pone el foco en las emisoras musicales de la corporación catalana desde la perspectiva del servicio público, como supervivientes de tiempos mejores y ejemplo de innovación y cultura en su máxima expresión, pero a la vez grandes ignoradas tanto por la propia corporación, por falta de cuestionamiento de su labor, como por la academia, por falta de interés en su estudio.³ Concretamente se observará cómo se define su misión de servicio público y cómo se traducen estas funciones en estrategias programáticas y digitales.

2. Metodología

Para la realización de este artículo retomamos parcialmente los datos de un trabajo de investigación realizado por la autora en 2015.⁴ La tabla 1 describe la muestra del estudio.

La metodología empleada ha sido cuantitativa y cualitativa. En el ámbito cuantitativo se han empleado dos técnicas de investigación: el análisis documental de los textos legales y corporativos referentes a la CCMA desde su creación hasta 2014 y el análisis descriptivo de la programación y el perfil digital desde 2011 hasta 2014. Por otro lado, se utiliza la metodología cualitativa para extraer información de las entrevistas realizadas a los directores de antena y jefes de programación de las emisoras que forman parte de la muestra, y en concreto estos nombres:

de iCat.cat, Carles Aledo (director) y Lucía Flores (coordinadora musical), y, de Catalunya Música, Àlex Robles (director) y Marc Canals (responsable de programación y contenidos).

3. Radio musical y CCMA: dos propuestas para un mismo fin

La radio musical irrumpió de manera exclusiva en la corporación catalana en 1987. Así, ese año se crearon Catalunya Cultura, el precedente de iCat.cat, y, sobre todo, Catalunya Música.

Catalunya Música se creó casi al mismo tiempo que la corporación y abrazó también el objetivo común de difundir contenidos en lengua catalana, con el añadido de ser los únicos en dedicar exclusivamente su programación a la música clásica “desde una visión catalana, lo que forma parte de nuestra cultura” (Robles 2014). La emisora de música clásica de la corporación ha desarrollado durante estos años una programación basada eminentemente en un canon estético clásico, de ahí su eslogan, “*intensament clàssics*”. La propuesta se dirige a un oyente adulto y aficionado con alto conocimiento de los contenidos, aunque también hay un afán divulgativo “con vocación de llegar al gran público” (Robles 2014).⁶ En 2008, Catalunya Música se convirtió en el primer miembro no perteneciente a un estado en formar parte de la Unión Europea de Radiodifusión (UER), lo que proporcionó a la emisora un amplio archivo de grabaciones en directo que se resalta como “un factor de competitividad de la corporación” (Conselleria de la Presidència, Conselleria d’Economia i Coneixement, CCMA 2014, 35). Precisamente los conciertos, tanto grabados en Cataluña como fuera de ella, son una parte fundamental de la programación de la emisora, combinados con programas especializados en géneros como el jazz o el arte sonoro y programas matinales en los que la participación del oyente es fundamental.

La oferta programática de Catalunya Música se completó en 2008 con la creación de CatClàssica, una *bitcaster* que

Tabla 1. Perfil de la radio musical de la CCMA (2015)⁵

Tipología (programática)		Nombres	Año de creación	Tipo de emisión	
				<i>Hertziana</i>	<i>Bitcaster</i>
Especializada	Radiofórmula musical	CatClàssica	2008		X
		iCatJazz	2005		X
		iCatMón	2012		X
		iCatRumba	2012		X
		iCatTrònica	2012		X
		TotCat	2005		X
	Temática musical	Catalunya Música	1987	X	X
		iCat.cat	2005		X

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la página web de la CCMA.

emite exclusivamente obras de intérpretes y autores catalanes (CCMA 2008, 202). La emisión por internet planteó en un inicio que la propuesta se dirigiera a un público joven, tanto local como residente fuera de Cataluña, lo que entronca con el afán divulgador que expresaba su coordinador: “No se trata de qué, sino de cómo se ofrece” (Lobo 2014). En 2013 la crisis económica acabó con la programación y CatClàssica no emite nueva selección musical y vive, en palabras de su coordinador, Carles Lobo, una situación de “semicierre” (ídem).

En 1987 nació Catalunya Cultura, fallida emisora que sustituyó, tras su venta, a RAC105, concebida como un contenedor cultural que murió tras su bajísima audiencia (Parlament de Catalunya 2008). Así, el día de Sant Jordi de 2006 se creó iCat fm, una propuesta que pivotaba sobre tres ejes —“consumo cultural, nuevas tecnologías y soporte musical no comercial” (Parlament de Catalunya 2009, 32)— y se dirigía a un público más joven que el oyente de Catalunya Cultura. A lo largo de estos años la emisora se ha distinguido por descubrir nuevos valores de la escena musical catalana y dar cabida a las principales manifestaciones culturales en Cataluña, como el Sónar o el Primavera Sound, siguiendo un proceso en el que “hay artistas minoritarios que solo sonaban en iCat y que ahora están en los medios y son los mayoritarios” (Aledo 2014). La programación de iCat.cat apuesta en gran medida por la música catalana y no comercial, pero también por el *indie* internacional y en menor medida por la cultura, que se reparte en forma de “cápsulas” a lo largo de la selección musical, que ocupa buena parte de la parrilla. Desde el principio iCat fm fue concebida como un proyecto *cross-media*, denominado “radio multimedia” (CCMA 2010b, 2011) y con una página web “indisoluble del canal radiofónico” (CCMA 2011). Así, la emisora fue la pionera que llevó al resto de emisoras de Catalunya Ràdio al denominado proceso de “*icatización*” (CCMA 2010b, 298). La innovación fue una constante para iCat fm, que llegó a escucharse incluso en la consola Wii. En 2012 el proyecto sufrió un grave revés

económico, y es que a la pérdida de presupuesto y personal (Parlament de Catalunya 2013) se unió la pérdida de la FM, por lo que iCat fm pasó a llamarse iCat.cat, hecho que fue matizado por la corporación, al que se refirió como un “cierre de emisiones FM y potenciación de la web” (CCMA 2013a, 204), aunque la vuelta a la FM se ha anunciado para septiembre de 2017.⁷ Siguiendo la estela tecnológica iniciada por la “*icatización*”, dentro del paraguas de iCat.cat tenemos una serie de *bitcasters*, denominados “canales temáticos”, que tratan géneros y estilos muy concretos para complementar y especializar la oferta de iCat.cat. Ciertamente estos canales responden a una demanda de la corporación que ya salió a colación en 2006, cuando la directora de Catalunya Ràdio planteaba la necesidad de crear un canal temático dedicado al jazz y otro a la música de autores catalanes (Minobis 2006). Los canales se dedican en exclusiva a géneros y estilos que tienen relación con la escena musical catalana (Costa Gálvez 2015), como la rumba o la música en catalán, pero también otros estilos como el jazz o la electrónica. A lo largo de los años la oferta ha variado, pero siempre se ha mantenido activa, como podemos observar en la tabla 2.

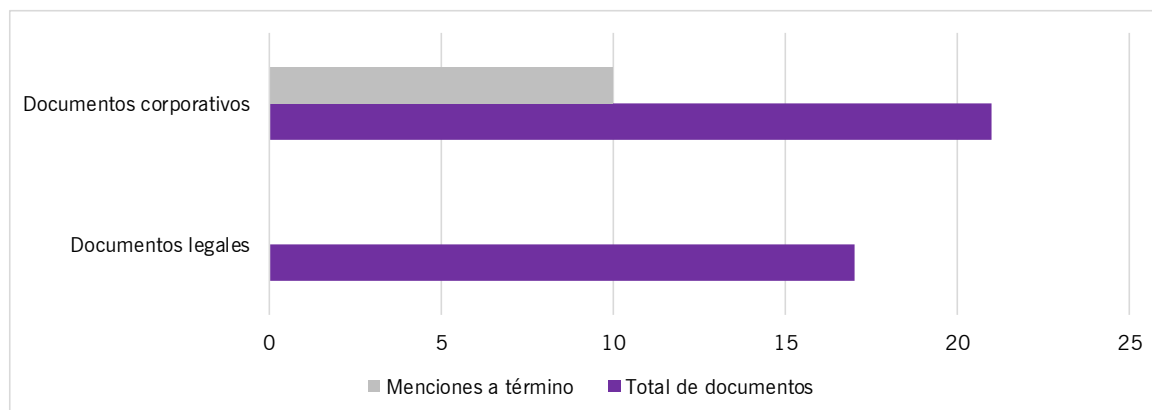
4. La definición de la misión de servicio público: unos mimbres bien trenzados pero quebradizos

La radio siempre ha quedado al margen de las políticas de ámbito europeo, considerada como un asunto de cada estado miembro (Consejo Europeo 1991), y tampoco España ha especificado demasiado las funciones del servicio público de radiodifusión sonora. Además, respecto a la radio musical se ha seguido la estrategia del *laissez faire*, *laissez passer* y así, en términos generales, las alusiones a la radio musical en los textos legales y corporativos en España son escasas (Costa Gálvez 2016a). No obstante, de todas las corporaciones audiovisuales españolas, la CCMA es la que presenta el mayor número de referencias a

Tabla 2. Descripción y periodo de actividad de las *bitcasters* de iCat.cat (2011-2014)

Nombre	Descripción	Periodo de actividad				
		2011	2012	2013	2014	2015
iCatJazz	“Dedicado al jazz”	X	X	X	X	X
MusiCatles	“Una rica, variada y absolutamente heterogénea selección de músicas de todo el mundo”	X	X			
TotCat	“Dedicado exclusivamente a la música en catalán”	X	X	X	X	X
Mediterràdio	“Dedicado a la música y a la cultura mediterráneas”	X	X			
iCatTrònica	“Especializado en música electrónica”			X	X	X
Xahrazad	“Canal de voces femeninas”	X	X			
iCatMón	“El canal de las músicas del mundo”			X	X	X
iCatRumba	“Centrado en la rumba catalana”			X	X	X

Fuente: Elaboración propia a partir de la página web de iCat.cat.

Gráfico 1. Número de alusiones a la radio musical en los textos legales y corporativos de la CCMA (1980-2015)

Base total: 38

Fuente: Elaboración propia a partir de CCMA (2008, 2009, 2010a, 2010b, 2011, 2012, 2013a, 2014, 2015) y CCRTV (2004, 2006, 2007).

la radio musical, que se recogen exclusivamente en los textos corporativos, como podemos observar en el gráfico 1.

El discurso institucional sobre Catalunya Música ha sido bastante estable y repetitivo en cuanto a los términos empleados. Las alusiones a la “música clásica” son, evidentemente, constantes (CCRTV 2004, 2007; CCMA 2010a, 2012, 2014), y muy especialmente en la memoria de la CCMA de 2013, en la que se define la emisora como “dedicada exclusivamente a la música clásica” (CCMA 2014, 71), dedicada a “los grandes éxitos de la música clásica” (ídem, 76) o a “los clásicos preferidos” (ídem, 71). A nivel programático, a partir de 2011 se comienza a resaltar la variedad de “géneros y estilos clásicos de todos los

tiempos” (CCMA 2011, 20), así como la promoción y difusión de la escena catalana, destacando su papel en el “descubrimiento de autores” (CCMA 2014b, 71). Además, coincidiendo con el cierre de la FM de iCat.cat, Catalunya Música ha tomado relevancia en los planes de actividades de la CCMA, en las que se destaca su papel en la “internacionalización de la cultura musical catalana” (CCMA 2012b, 2). Respecto a CatClàssica, las alusiones son escasas. Los pocos términos contabilizados se refieren casi en exclusiva a la “identidad”, ya que se programan en exclusiva por autores e intérpretes catalanes (CCMA 2010a, 2014). Además, en sus inicios se remarcaba su presencia exclusiva en internet como avanzadilla de “un primer paso para la entrada en internet de Catalunya Música” (CCRTV 2007, 202). La siguiente nube de etiquetas (imagen 1) combina las respuestas de los entrevistados (en verde) y las de los textos corporativos (en negro).

Imagen 1. Términos empleados en referencia a Catalunya Música y CatClàssica en los textos corporativos de la CCMA y por los entrevistados (1987-2015)



Base total: 16

Fuente: Elaboración propia a partir de CCMA (2008, 2009, 2010a, 2010b, 2011, 2012, 2013a, 2014, 2015) y CCRTV (2004, 2006, 2007).

La función cultural es el aspecto más destacado de iCat.cat, con grandes sentencias como esta: “El 33, iCat fm o Catalunya Música son algunos de los nombres propios de la cultura en Cataluña” (CCMA 2010a, 44). 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, la emisora estaba muy presente en los planes de actividades de la CCMA, como garante de la promoción y el aumento del consumo cultural (CCMA 2010a, 2011). La programación de música *indie* y la promoción de la escena catalana (CCMA 2011, 2013a, 2014) son los pilares de la programación de iCat.cat, especialmente en contraposición con las emisoras comerciales: “iCat fm tiene 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). Es a partir de 2011 cuando se comienza a incidir en dos aspectos clave de su programación: la música independiente y la promoción de la

escena local, definidos como “no comercial” (CCMA 2011, 2) o “emergente” (CCMA 2014, 14). La siguiente nube de etiquetas combina las respuestas de los entrevistados (en rojo) y las de los textos corporativos (en negro).

Imagen 2. Términos empleados en referencia a iCat.cat en los textos corporativos de la CCMA y por los entrevistados (2006-2015)



Base total: 16

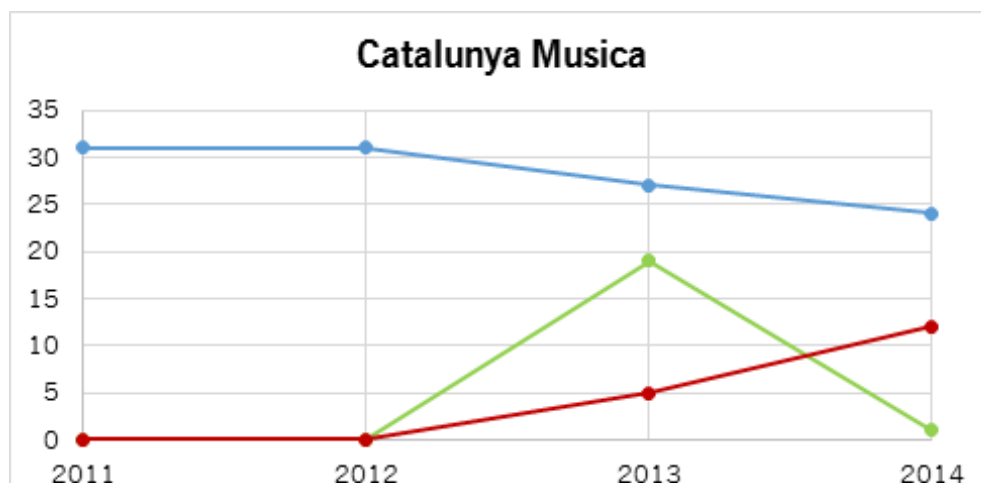
Fuente: Elaboración propia a partir de CCMA (2008, 2009, 2010a, 2010b, 2011, 2012, 2013a, 2014, 2015) y CCRTV (2004, 2006, 2007).

5. Las estrategias programáticas: “música, hay de dos tipos: buena y mala”

¿Cómo debe ser una radio musical de servicio público? Es una pregunta que podemos responder con otra cuestión: ¿qué se debe programar en una radio musical pública? En un contexto plenamente digital es importante resaltar la relevancia del contenido, más aún cuando el tratamiento mediático de la música es cada vez más dispar.

Una manera de delimitar los contenidos radiofónicos es el establecimiento de cuotas. En Cataluña, el Consejo del Audiovisual de Cataluña (CAC) se encarga de velar por el cumplimiento de las cuotas lingüísticas de la Ley de Política Lingüística (CAC 2007, 2011), que establece la obligatoriedad de emitir al menos el 25% de música en catalán para aquellas emisoras que tengan al menos el 75% de su programación musical, algo que no se aplica ni a las emisoras de música clásica ni a la radio por internet. Por lo tanto, ni Catalunya Música ni iCat.cat tienen la obligación de cumplir con la cuota, aunque los entrevistados referidos en este artículo señalaron su cumplimiento con creces. Precisamente las cuotas internas son otra manera de acotar la programación. En el caso de la CCMA la única referencia al respecto se recoge en la (aún) propuesta de contrato programa de la CCMA (Conselleria de la Presidència, Conselleria d’Economia i Coneixement, CCMA 2014), que establece, a sugerencia del CAC (2013, 13), que al menos un 40% de la programación de la radio generalista cultural deberá dedicarse, entre otras cosas, a los contenidos musicales, excluyendo la música clásica y los artistas emergentes catalanes, flanco cubierto por Catalunya Música e

Gráfico 2. Evolución (número) de la programación de Catalunya Música (2011-2014)



Fuente: Elaboración propia a partir de la página web de la CCMA.

iCat.cat. Precisamente, tanto Catalunya Música como iCat.cat tienen como función principal el apoyo a la música “que se hace en casa *nostra*, con atención a la lengua, a la tradición y a la cultura nueva que se hace aquí” (Canals 2014), combinando la promoción de la industria musical y el soporte a la escena emergente. En líneas generales la programación de las emisoras musicales de la CCMA se mueve entre los conceptos de calidad, educación y cultura: “Queremos huir de la idea de que el servicio público debe estar un poco por encima de los niveles establecidos, porque debe tener vocación de liderar el mercado” (Lobo 2014) versus la búsqueda de audiencia y repercusión entre la ciudadanía: “Queremos llegar a la máxima gente posible; ahora, como servicio público, tenemos que hacer otras cosas y hay programas que una emisora estrictamente comercial nunca haría” (Aledo 2014).

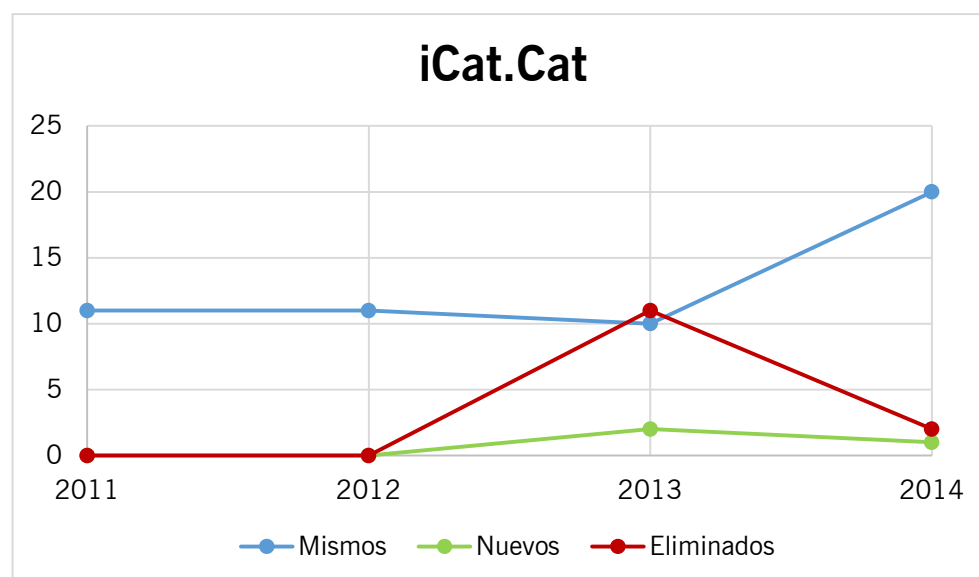
Una buena programación cuesta dinero y todos los entrevistados han señalado cómo los recortes que han afectado principalmente al ámbito laboral han tocado tangencialmente los contenidos.

En este contexto de crisis económica se ha realizado el análisis de la programación (2011-2014). Durante estos años, la programación de Catalunya Música se ha mantenido estable, aunque en 2013 se crearon 19 programas, muchos de ellos retransmisiones en directo, como podemos observar en el gráfico 2.

La programación de iCat.cat aumentó tras el apagón analógico de 2012. Así, en 2013 aparecieron once programas nuevos de diversas temáticas, algunas de las cuales, como el jazz, la electrónica o la tecnología, no se habían tratado antes, que se emiten, además de por internet, en Catalunya Ràdio, Catalunya Música y las emisoras de la Xarxa de Comunicació Local, un cambio que su director denomina “abrir nuevas ventanas” (Aledo 2014), como se puede apreciar en el gráfico 3.

La programación de Catalunya Música se basa, aunque con algunas excepciones, en un canon estético clásico. La elección del llamado gran repertorio, siglos XVI, XVIII y XIX, tiene relación directa con la programación de los auditorios y salas de conciertos catalanes, a los que se dedica gran parte de la parrilla con las retransmisiones. Esta estrategia de la escucha fácil/difícil también tiene que ver directamente con el grado de aceptación del oyente “que en algún momento puede aceptar contenidos nuevos, pero, alerta, porque no quiere muchas sorpresas, esta es la realidad” (Robles 2014). Precisamente el nivel de dificultad es uno de los aspectos fundamentales a la hora de clasificar la música: de este modo tenemos categorías que van desde los llamados “*greatest hits*” hasta la música contemporánea y el arte sonoro y las “novedades discográficas”, que responden a la inquietud de divulgar la música de los nuevos creadores (Canals 2014). Con estos mimbres se configura una programación que cumple con un objetivo eminentemente divulgador y educativo: “La música clásica necesita su camino de iniciación, y no digamos ya músicas de más reciente creación, como la contemporánea, pero nuestro compromiso y nuestra misión es cumplir con este objetivo culturalista y de divulgación” (Robles 2014). Otra de las grandes estrategias programáticas de Catalunya Música es la incursión en otros géneros y estilos, que han acabado encontrando su hueco en la parrilla, aunque en su momento se utilizaran para justificar la pérdida de audiencia de la emisora (Parlament de Catalunya 2007). Precisamente cuando se cerró la FM de iCat.cat se modificó en cierta medida la programación de Catalunya Música, ya que el acceso al archivo UER permitió reincorporar el jazz o la *world music* (Canals 2014). Precisamente estas referencias al género y al estilo son abundantes en la descripción de la programación de Catalunya Música (véase la imagen 3).

Gráfico 3. Evolución (número) de la programación de iCat.cat (2011-2014)



Fuente: Elaboración propia a partir de la página web de la CCMA.

Imagen 3. Términos empleados en la descripción de la programación de Catalunya Música (2011-2014)

Género
Cultural/cultural
Juventud
Estilo
Calidad
Novedad

Fuente: Elaboración propia a partir de la página web de la CCMA.

La programación de CatClàssica ha sido la más afectada por los recortes. Efectivamente, el canal continúa activo, pero desde 2013 el contenido no se renueva (Lobo 2014). Durante estos años la estrategia se ha basado en la programación en exclusiva de música de intérpretes y compositores de “todas las épocas de la historia de Cataluña” (Lobo 2014), aunque con menos atención al repertorio clásico, que es la base de la programación de Catalunya Música. Como en la emisora madre, el equilibrio entre la escucha fácil y difícil es especialmente complicado para un canal que emite exclusivamente por internet: “Yo preveía que el usuario era básicamente catalán, así que las tintas de música contemporánea estaban más cargadas por la noche, pero no mucho porque me interesaba que el canal se escuchara más allá de nuestras fronteras” (Lobo 2014).

El soporte a la escena musical es parte fundamental del cometido de iCat.cat, lo que a veces dificulta el equilibrio entre los intereses de la industria, la independencia del programador y la promoción de artistas emergentes, que ocupa parte de la programación. La escena emergente se recoge especialmente en el programa *Sona9*, que recoge en un formato reducido los nuevos talentos de la escena catalana (Costa Gálvez 2017), que también se recogen a lo largo de la programación: “Tenemos artistas que se han autoeditado y el criterio continúa siendo el mismo. ¿Tiene calidad?, lo ponemos” (Flores Muñoz 2014). Aunque se define como cultural, en la práctica iCat.cat es una emisora eminentemente musical, como señala su coordinadora musical: “En información y programas el 80% de lo que tocamos es música” (Flores Muñoz 2014). La selección musical interrumpida por información cultural ocupa buena parte de la programación de iCat.cat con un criterio de acompañamiento sin estridencias durante la jornada laboral: “El resto del día que te exige atención quieres música, pero cuando vuelves a casa quieres prescriptores” (Flores Muñoz 2014). Precisamente esta selección musical define la programación, que durante la semana se apoya en el *morning show* y programas vespertinos

Imagen 4. Términos empleados en la descripción de la programación de iCat.cat (2011-2014)

Lengua/idioma
Industria musical
Identidad
Calidad
Autenticidad/auténtico
Música contemporánea
Cultural/cultural
Música tradicional/folk
Música popular/pop
Género
Estilo
Novedad
Escena(s)
Independiente/indie

Fuente: Elaboración propia a partir de la página web de la CCMA.

y durante los fines de semana se abre a un abanico amplio de géneros y estilos. Los contenidos musicales se refugian bajo el paraguas de la música pop eminentemente contemporánea: los “*oldies* modernos” son de los años noventa (idem), aunque también hay cabida para otros géneros y estilos como el jazz, el blues o la *world music*. Dentro de esta estrategia del género se sitúan los canales temáticos de iCat.cat que dan cabida a géneros eminentemente catalanes, como la rumba, pero también a otros que constituyen una parte importante de la industria musical independiente catalana, como la electrónica, aspectos que se pueden observar en los términos empleados en la descripción de los programas (véase la imagen 4).

6. La innovación tecnológica: del emprendimiento al mantenimiento

La innovación tecnológica se ha incorporado a las estrategias de los medios públicos, con estrategias que persiguen especialmente el *engagement* con la ciudadanía (Debrett 2014; Vangaeght y Donders 2017). Precisamente la innovación en el ámbito tecnológico ha sido una constante tanto para Catalunya Música como para iCat.cat (Bonet *et al.* 2011, 2013). Además, en el caso de iCat.cat es una estrategia que se ha seguido desde su creación, ya que “iCat nació 100% digital y con el objetivo incluso de ser la punta de lanza del grupo” (Aledo 2014). De hecho, su aparición motivó el llamado proceso de “*icatización*” (CCMA 2010b, 298), que en el caso de Catalunya Música concluyó con la creación de CatClàssica y el comienzo de una época plenamente digital: “No por ser una emisora de música clásica tenemos que ser refractarios con las nuevas tecnologías, al contrario, creemos que abren muchas posibilidades” (Robles 2014). En efecto, el perfil digital de ambas emisoras es bastante similar (véase la tabla 3).

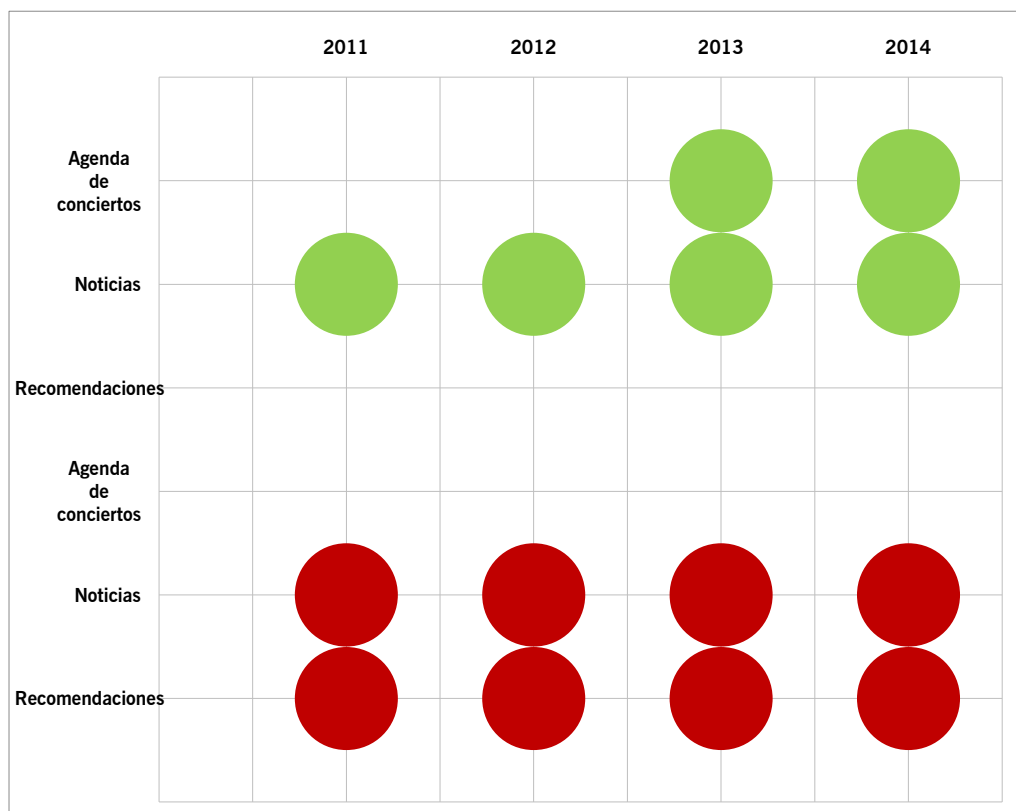
La página web es el marco en el que se alojan los contenidos

Tabla 3. Perfil digital de Catalunya Música e iCat.cat (2011-2014)

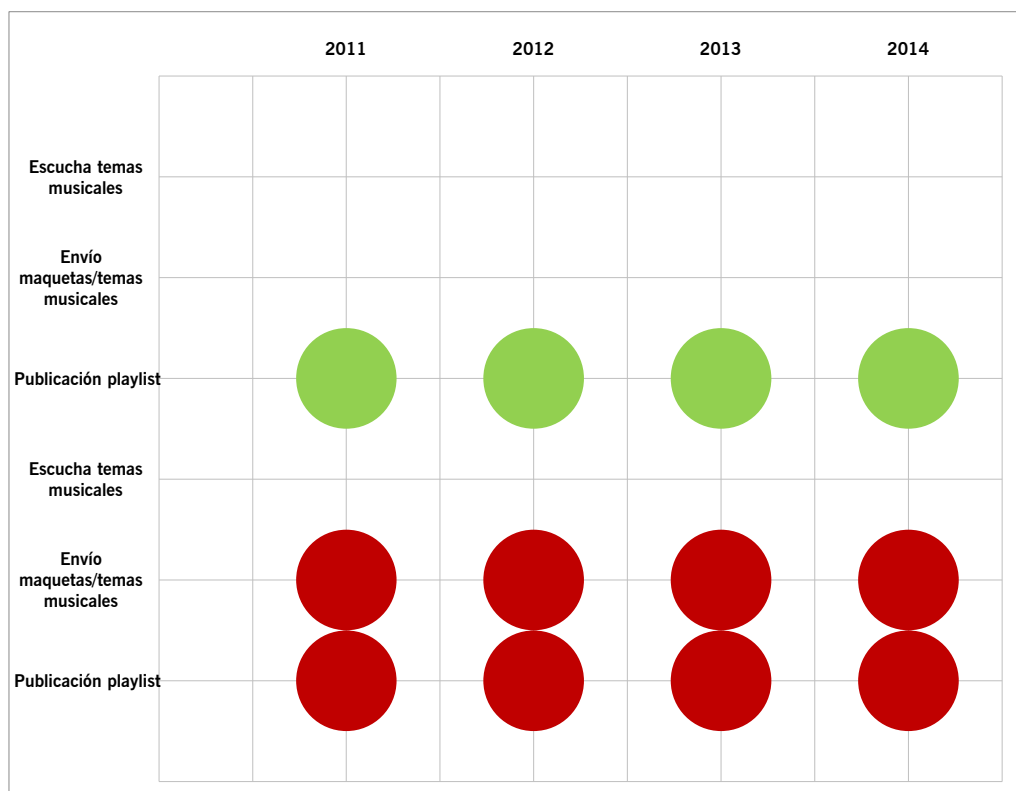
Nombre	Página web	Perfil en redes sociales			Podcast			Perfil en servicios de música en streaming		Blog	App
					Página web	Servicios de suscripción podcast		Spotify	Deezer		
		Facebook	Twitter	YouTube		iVoox	iTunes				
Catalunya Música	X	X	X		X	X	X	X		X	X
iCat.cat	X	X	X	X	X	X	X	X		X	X

Fuente: Elaboración propia a partir de la página web de la CCMA.

Gráfico 4. Contenidos (informativos) de la página web de Catalunya Música (verde) e iCat.cat (rojo) (2011-2014)



Fuente: Elaboración propia a partir de la página web de la CCMA.

Gráfico 5. Contenidos (musicales) de la página web de Catalunya Música (verde) e iCat.cat (rojo) (2011-2014)

Fuente: Elaboración propia a partir de la página web de la CCMA.

digitales. Además, ha servido como base para desarrollar las apps exclusivas de Catalunya Música e iCat.cat, disponibles en descarga gratuita para los principales dispositivos (Android y Apple) y desarrolladas por la propia corporación. Un apartado fundamental tanto en la página web como en la app es el dedicado a los podcasts, un contenido muy relevante para el mantenimiento de la función prescriptora de la radio (Sellas 2012). La estrategia seguida por la corporación respecto a los podcasts es la de alojar los contenidos en la página web y en la app más que la utilización de repositorios sonoros como iVoox, con un perfil que se actualiza muy irregularmente. Además, tras el apagón analógico de iCat.cat se crearon programas exclusivos en formato podcast, como *iCatTapes* y *PerVersions*.

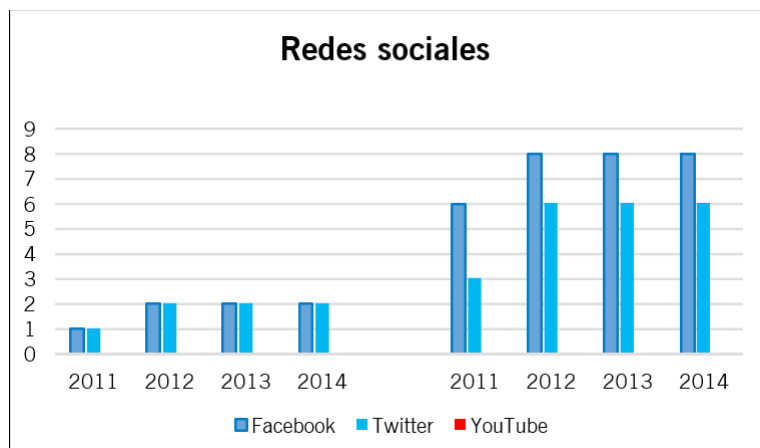
Tanto Catalunya Música como iCat.cat ofrecen tres tipos de contenidos en su página web: noticias, agenda de conciertos y recomendaciones musicales, esto último muy relacionado con la función prescriptora de la radio musical, como podemos observar en el gráfico 4.

Respecto a los contenidos estrictamente musicales, podríamos decir que no son muy habituales. Un programa que se ha destacado por publicar profusamente contenidos musicales es *MPClássics* de Catalunya Música, en el que publicaba un listado de temas para su valoración por parte de los oyentes y su inclusión en el programa. Precisamente la publicación de los listados de reproducción fue un aspecto importante de la estrategia digital de iCat.cat (Costa Gálvez 2013) y es algo

que Catalunya Música y CatClàssica adoptaron y continúan haciendo. Sin embargo, en el caso de la emisora de música pop este aspecto se ha visto afectado por las vicisitudes vividas por la emisora en los últimos años, que han provocado que los listados de reproducción hayan desaparecido de la página web de iCat.cat, lo que en su momento provocó quejas de los oyentes ante la defensora del espectador (CCMA 2013b).

Las redes sociales son una parte primordial de la estrategia digital de la radio (Bonini 2015). No obstante, hubo un tiempo en el que los blogs tomaron la avanzadilla en lo digital. Efectivamente, tanto Catalunya Música como iCat.cat tan solo mantienen dos blogs de programas en activo. De hecho, incluso uno de los blogs más consultados de iCat.cat, *iCat Convida*, en el que se sortean invitaciones a diversos eventos culturales, ha pasado a ser una sección de la página web denominada *Experiències iCat*. Efectivamente, el uso de redes sociales está muy extendido tanto en Catalunya Música como en iCat.cat. Sin embargo, en el caso de la emisora de música clásica la estrategia pasa por el mantenimiento del perfil de la emisora y solo dos programas tienen perfiles (*Una tarda a l'òpera* y *Només hi faltes tu*). En cambio, los programas de iCat.cat tienen una presencia bastante numerosa en redes sociales e incluso dos de las *bitcasters*, iCatJazz e iCatTrònica, tienen perfil en Facebook, como podemos apreciar en el gráfico 6.

No podemos finalizar esta sección sin mencionar uno de los cambios que mayor repercusión han tenido en la industria

Gráfico 6. Número de perfiles en redes sociales (Facebook, Twitter y YouTube) de los programas de Catalunya Música e iCat.cat (2011-2014)

Fuente: Elaboración propia a partir de la página web de la CCMA.

musical: los servicios de música en *streaming* y específicamente el más popular de ellos, Spotify. Los servicios de música en *streaming* constituyen una cierta amenaza para la radio musical, lo que en ocasiones puede ser visto como una oportunidad de “fidelizar público y darle vida a nuestro modelo, ampliando nuestro mensaje más allá de la emisión convencional” (Robles 2014), algo que nunca reemplazará “la prescripción que puede darte un locutor” (Aledo 2014). Ciertamente, podríamos hablar de que la presencia de la radio musical pública es una asignatura pendiente (Costa Gálvez 2016b), pero durante el periodo de análisis se observó un cierto interés por experimentar en este campo. Así, Catalunya Música mantuvo un perfil de la emisora y otro de un programa, *MPClàssics*, y en el caso de iCat.cat tres programas tuvieron perfil en Spotify: *Cabaret Elèctric*, *Els Experts* y *Delicatessen*.

7. Conclusiones

En este artículo hemos realizado un análisis de las emisoras musicales de la CCMA, Catalunya Música e iCat.cat, desde la perspectiva del servicio público. Es este un enfoque muy específico dentro de los estudios de los medios de servicio público, un ámbito ampliamente investigado por la academia que, sin embargo, ha ignorado demasiado a menudo el combinado “música, radio y servicio público”.

Desde sus inicios la CCMA ha apostado por la radio musical de servicio público. La primera en nacer fue Catalunya Música, que ha ejercido el papel de pionera en la divulgación de la música clásica en catalán y desde Cataluña. Años más tarde, la aparición de iCat.cat cubrió el nicho dedicado a la música pop y ha jugado un rol fundamental en la difusión de la escena pop catalana y la industria musical independiente, un sector que, a pesar de las cuotas lingüísticas, recibe un tratamiento menor en las emisoras comerciales. En efecto, nos encontramos ante dos propuestas muy diferentes en su concepción, pero con

una misión común: la de servicio público. Es precisamente la delimitación de esta misión de servicio público lo que nos plantea una preocupación importante: la indefinición legal y corporativa de la radio musical pública. Si bien es cierto que en este terreno la radio musical de la CCMA tiene las espaldas mejor cubiertas que sus homólogas, las frecuentes alusiones a ideas generalistas como “todo es cultura” o “todo debe ser de calidad” no añaden sino incertidumbre a su definición y, por ende, a su futuro. En un contexto de crisis económica es necesario describir, punto por punto y en un documento que lo abarque en exclusiva, qué son y cómo desarrollan su misión de servicio público las emisoras musicales de la CCMA.

Ni Catalunya Música ni iCat.cat han sido ajenas a las vicisitudes que ha vivido la CCMA, lo que no ha sido óbice para que su oferta programática se haya mantenido estable. La estrategia de Catalunya Música se afianza en el gran repertorio, como su eslogan, “*intensament clàssics*”, pero con espacio también para otros géneros y estilos para cumplir con el doble objetivo de educar y afianzar oyentes. La difusión de la programación de auditorios y salas de conciertos de Cataluña es uno de los ejes de la programación que ha cobrado aún más relevancia a través de CatClàssica, que complementa, a pesar de su situación de semicierre, el soporte a la música catalana con la atención en exclusiva a intérpretes y compositores catalanes. Precisamente el soporte a la escena catalana, la industria musical independiente y las principales manifestaciones culturales en Cataluña son los pilares de iCat.cat. Además, esta estrategia ha acabado por crear un sonido propio, como se repite en muchas de las cuñas que suenan a menudo durante la emisión y que interpelan al oyente: “Et sona? És iCat”.³ En otro plano, la unión de música y cultura junto con la especialización en géneros y estilos, muy especialmente a través de canales temáticos, hacen de iCat.cat una propuesta original e innovadora que merecería estar en una situación mejor que la actual.

En el ámbito de la innovación tecnológica, las emisoras

musicales de la CCMA han pasado de emprendedoras a ser parte pasiva de un proceso que no en vano se llamó “*icatización*” y que fue punta de lanza del servicio público audiovisual en España, aunque en los últimos años ha habido propuestas que recogen ese espíritu, como la creación de apps propias para Catalunya Música e iCat.cat que ciertamente constituyen una manera, no solo de buscar audiencia, sino de estar en sintonía con la ciudadanía, que cada vez reclama más contenidos digitales. Sin embargo, aunque supone un esfuerzo loable en tiempos de crisis, la duplicación de contenido web en dispositivos móviles no debería ser más que una parte de una estrategia digital que parece obviar a los oyentes del futuro: los jóvenes. Así, la aparente ausencia de un plan de actuación establecido con respecto a la presencia en nuevas redes sociales o en los servicios de música en *streaming* revela un alarmante vacío en el acercamiento a los nativos digitales, que no van a sentir como suya una radio que les ofrece fundamentalmente conciertos organizados y retransmisiones de festivales.

Después de haber paseado por el entramado de textos legales y corporativos para delimitar las funciones de servicio público, de preguntar a los responsables de las emisoras por las estrategias programáticas y las políticas digitales, son precisamente estas últimas las que parecen clave para el futuro de la radio musical de servicio público en Cataluña y también en España. En esencia, la principal línea de investigación futura que, sin pretenderlo, abre este artículo es la siguiente: cómo tratar a los oyentes como ciudadanía y no como audiencia. Ahora que iCat.cat vuelve a la FM y que Catalunya Música ha cumplido con un recorrido hasta ahora exitoso, ¿cómo se va a asegurar la convivencia entre lo analógico y lo digital? ¿Cómo va a conseguir la radio musical pública llegar a toda la ciudadanía? Y, sobre todo esto, ¿qué piensa la ciudadanía de la radio musical pública?

Notas

- Entre otras investigaciones sobre la radio musical pública y privada podemos citar a Amoedo et al. (2008); Barnard (1989); Crisell (2006); Gallego (2015); Gutiérrez et al. (2011); Hennion y Meadel (1986); Moreno (1999), o Pedrero Esteban (2000). Sin embargo, son pocas las excepciones que han abordado expresamente la tríada radio, música y servicio público (Bonet et al. 2011; Hendy 2000; Long 2006; Wall y Dubber 2009).
- La Corporación Catalana de Radio y Televisión (CCRTV) se creó en 1983 (Parlament de Catalunya 1983) como una de las primeras corporaciones audiovisuales autonómicas en España. La denominación actual (Corporación Catalana de Medios Audiovisuales, CCMA) se adoptó en 2007 (Parlament de Catalunya 2007a).
- No podemos dejar de citar el artículo de Bonet et al. (2011) sobre la innovación tecnológica de iCat fm, que supuso, en gran medida, el germen de las motivaciones de esta investigadora.
- Concretamente una tesis doctoral realizada en la Universidad Autónoma de Barcelona, dirigida por los doctores Montse Bonet Bagant y Xavier Ribes Guàrdia, titulada *¿A quién le importa? Radio especializada musical desde la perspectiva del servicio público, y premiada con el segundo premio de los XXVIII Premios CAC a la investigación sobre comunicación audiovisual*.
- Siguiendo la clasificación programática de Martí (1990) y Ribes (2003).
- Las traducciones del catalán al castellano han sido realizadas por la autora.
- <<http://www.ccma.cat/catradio/alcarta/popap/aixi-sha-anunciat-la-tornada-dicat-a-lfm/audio/957711/>> [Consulta: 05/04/2017].
- Se han citado únicamente los documentos con alusiones a la radio musical de la CCMA.
- Robles (2014).
- A este respecto podemos destacar la reciente polémica por lo que los ciudadanos consideran falta de contenidos culturales en la programación de Catalunya Ràdio, ejemplificada en Twitter con #Onéslacultura.
- Para consultar un listado de toda la programación, véase el anexo 1.
- Cuando esta autora entrevistó al director de iCat.cat sobre este asunto la respuesta aludió a problemas técnicos.
- ¿Te suena? Es iCat.

Referencias

ALEDO, C. *Entrevista personal*. Barcelona, 20/06/2014.

AMOEDO, A.; MARTÍNEZ-COSTA, M. P.; MORENO, E. “An analysis of de 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*. Vol. 6 (2008), nº. 1, 5-20.

BARNARD, S. *On the Radio. Music radio in Britain*. Filadelfia: Open University Press, 1989.

BONET, M.; FERNÁNDEZ-QUIJADA, D.; RIBES, X. “The Changing Nature of Public Service Radio: A Case Study of iCat FM”. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*. Vol. 17 (2011), nº. 2, 177-192.

BONET, M.; ARBOLEDAS, L.; FERNÁNDEZ-QUIJADA, D. “Innovación tecnológica y servicio público: el abismo entre políticas y realidad”. [En línea]. *Derecom*. Vol. 14 (2013), nº. 6-8, 40-57. <<http://www.derecom.com/recursos/jurisprudencia/item/235-innovacion-tecnologica-y-servicio-publico-el-abismo-entre-politicas-y-realidad>> [Consulta: 09/04/2017].

BONINI, T. (2015). "La 'segunda era' del podcasting: el podcasting como nuevo medio de comunicación de masas digital". [En línea]. *Quaderns del CAC*. Vol. XVIII (2015), nº. 41, 23-33. <http://www.cac.cat/pfw_files/cma/recerca/quaderns_cac/Q41_Bonini_ES.pdf> [Consulta: 09/04/2017].

CAC (CONSELL DE L'AUDIOVISUAL DE CATALUNYA). *Acord 295/2007, de 19 de desembre, pel qual s'aprova la Instrucció general del Consell de l'Audiovisual de Catalunya sobre la presència de la llengua i la cultura catalanes i de l'aranès en els mitjans de comunicació audiovisual*. [En línea]. Barcelona: CAC, 2007. <http://www.cac.cat/pfw_files/cma/normativa_sa/Instruccio_llengua_i_cultura.pdf>

- *Acord 164/2011, de 16 de novembre, del Ple del Consell de l'audiovisual de Catalunya. Adaptacions específiques de música cantada en català. Any 2011 (12%)*. [En línea]. Barcelona: CAC, 2011. <http://www.cac.cat/pfw_files/cma/actuacions/Continguts/Ac.164_2011_adaptaci_esp_12_Cadena_100_Girona_rev.pdf>
- *Informe preceptiu del Consell de l'Audiovisual sobre la proposta de contracte programa entre l'Administració de la Generalitat de Catalunya i la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals*. [En línea]. Barcelona: CAC, 2013. <http://www.cac.cat/pfw_files/cma/actuacions/anex_acord_143_2013.pdf>

[Consultas: 09/04/2017].

CCMA (CORPORACIÓ CATALANA DE MITJANS AUDIOVISUALS). *Memòria anual d'activitats 2007*. [En línea]. Sant Joan Despí: CCMA, 2008. <<http://statics.ccma.cat/multimedia/pdf/nohash/memoria-anual-2007.pdf>>

- *Memòria anual d'activitats 2008*. [En línea]. Sant Joan Despí: CCMA, 2009. <<http://statics.ccma.cat/multimedia/pdf/nohash/memoria-anual-2008.pdf>>
- *Guia editorial i Llibre d'estil*. [En línea]. Sant Joan Despí: CCMA, 2010a. <<http://www.ccma.cat/llibredestil>>
- *Memòria anual d'activitats 2009*. [En línea]. Sant Joan Despí: CCMA, 2010b. <<http://statics.ccma.cat/multimedia/pdf/nohash/memoria-anual-2009.pdf>>
- *Memòria anual d'activitats 2010*. [En línea]. Sant Joan Despí: CCMA, 2011. <<http://statics.ccma.cat/multimedia/pdf/nohash/memoria-anual-2010.pdf>>
- *Memòria anual d'activitats 2011*. [En línea]. Sant Joan Despí: CCMA, 2012. <<http://statics.ccma.cat/multimedia/pdf/nohash/memoria-anual-2011.pdf>>
- *Memòria anual d'activitats 2012*. [En línea]. Sant Joan Despí: CCMA, 2013a. <<http://statics.ccma.cat/multimedia/pdf/nohash/memoria-anual-2012.pdf>>
- *Defensora de l'audiència*. [En línea]. Sant Joan Despí: CCMA, 2013b. <<http://www.ccma.cat/atencio/documents.html>>
- *Pla d'activitats 2014*. [En línea]. Sant Joan Despí: CCMA, 2014. <<http://www.ccma.cat/pdf/pla-activitats-2014.pdf>>

- *Pla d'activitats 2015*. [En línea]. Sant Joan Despí: CCMA, 2015. <<http://statics.ccma.cat/multimedia/pdf/nohash/pla-activitats-2015.pdf>>

[Consultas: 09/04/2017].

CCRTV (CORPORACIÓ CATALANA DE RÀDIO I TELEVISIÓ). *Informe Anual 2003*. [En línea]. Sant Joan Despí: CCRTV, 2004. <<http://statics.ccma.cat/multimedia/pdf/nohash/memoria-anual-2003.pdf>>

- *Informe anual 2005*. [En línea]. Sant Joan Despí: CCRTV, 2006. <<http://statics.ccma.cat/multimedia/pdf/nohash/memoria-anual-2005.pdf>>
- *Informe anual 2006*. [En línea]. Sant Joan Despí: CCRTV, 2007. <<http://statics.ccma.cat/multimedia/pdf/nohash/memoria-anual-2006.pdf>>

[Consultas: 09/04/2017].

CONSEJO EUROPEO. *Resolution 957 (1991) on the situation of local radio in Europe*. [En línea]. Bruselas: Consejo Europeo, 1991. <<http://www.assembly.coe.int/nw/xml/XRef/Xref-XML2HTML-en.asp?fileid=16368&lang=en>> [Consulta: 09/04/2017].

CONSELLERIA DE LA PRESIDÈNCIA; CONSELLERIA D'ECONOMIA I CONEIXEMENT; CCMA (CORPORACIÓ CATALANA DE MITJANS AUDIOVISUALS). *Proposta de contracte Programa 2014-2017 i document annex "La garantia de la viabilitat futura del servei públic audiovisual de la Generalitat de Catalunya"*. [En línea]. 2014. <http://www20.gencat.cat/docs/Departament_de_la_Presidencia/Departament/disposicions_tramit/Contracte_Programa_Ad_CCMA/Proposta%20contracte_programa_CCMA_2014-2017.pdf> [Consulta: 09/04/2017].

COSTA GÁLVEZ, L. "Como lo oyes. La publicación de los listados de reproducción de los programas temáticos musicales en la radio de titularidad pública en España". [En línea]. *Trípodos*. 2013, nº. 33, 73-98. <http://www.tripodos.com/index.php/Facultat_Comunicacio_Blanquerna/article/view/98>

- *¿A quién le importa? Radio especializada musical desde la perspectiva del servicio público*. [En línea]. Tesis doctoral. Bellaterra, 2015, Universitat Autònoma de Barcelona. <https://www.cac.cat/pfw_files/cma/premis_i_ajuts/treball_guanyador/XXVIII_2premi.pdf>
- "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". [En línea]. *Derecom*. 2016a, nº. 20, 153-172. <<http://www.derecom.com/secciones/articulos-de-fondo/item/97-musica-y-significado-analisis-de-los-terminos-asociados-a-la-radio-musical-en-espana-en-los-documentos-legales-y-corporativos-desde-la-perspectiva-del-servicio-publico>>
- "Music for everyone? El fracaso de la radio musical pública en España en los servicios de música en streaming". [En línea]. *Observatorio (OBS*) Journal*. 10 (2016b),

- nº. 3, 98-103. <<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5698183>>
- "There's a star man waiting in the sky. How does public radio approach under-the-radar musicians in the United Kingdom and Spain?". *Radio Journal: International Studies in Broadcast & Audio Media*. Vol. 15 (2017), nº. 1, 65-88.
- [Consultas: 09/04/2017].
- CRISELL, A. *More than a Music Box: Radio Cultures and Communities in a Multi-Media World*. Londres: Berghahn Books, 2006.
- DEBRETT, M. "Tools for Citizenship? Public Service Media as a Site for Civic Engagement. An Australian Case Study". *Television & New Media*. Vol. 16 (2014), nº. 6, 557-575.
- Flores Muñoz, L. *Entrevista personal*. Barcelona, 20/06/2014.
- FRITH, S. *Art into pop*. Londres: Methuen, 1987.
- GALLEGO, J. I. "User-Generated Playlists: Radio Music Programming in the Age of Peer-to-Peer Production, Distribution, and Consumption". En: BONINI, T.; MONCLÚS, B. *Radio Audiences and Participation in the Age of Network Society*. Londres: Routledge, 2015.
- GUTIÉRREZ, M.; HUERTAS, A. "La programación cultural de la radio pública generalista: Catalunya Ràdio, COMRàdio y Ràdio 4". *Quaderns del CAC*. 2005, nº. 22, 99-106.
- HENDY, D. "Pop music radio in the public service: BBC Radio 1 and new music in the 1990s". *Media, Culture & Society*. Vol. 22 (2000), 743-761.
- HENNION, A.; MEADEL, C. "Programming music: radio as mediator". *Cultural Society*. Vol. 1 (1986), nº. 1, 97-114.
- Hoyos, G. "Cultura y televisión pública: ¿indefinición o desinterés? El caso de la RTVA y Canal Sur 2". *Derecom*. 2015, nº. 19, 33-47. <<http://www.derecom.com/secciones/articulos-de-fondo/item/79-cultura-y-television-publica-indefinicion-o-desinteres-el-caso-de-la-rtva-y-canal-sur-2>> [Consulta: 09/04/2017].
- JAKUBOWICZ, K. "Qui d'autre que nous? La radiodiffusion de service public et la culture au 21e siècle". En: NISSEN, C. *Faire la différence. La radiodiffusion de service public dans le paysage audiovisuel européen*. Eastleigh, Ginebra: John Libbey Publishing, EBU, 2007.
- LLORENS MALUQUER, C.; AYMERICH FRANCH, L. "Cultura y televisión. Concepto y presencia de los canales culturales en Europa Occidental". *Revista Latina de Comunicación Social*, 2007, nº. 62.
- LOBO, C. *Entrevista personal*. Barcelona, 19/06/2014.
- LONG, P. "The primary code: The meanings of John Peel, radio and popular music". *The Radio Journal – International Studies in Broadcast and Audio Media*. Vol. 4 (2006), nº. 1, 2, 3, 25-48.
- MARTÍ, J. M. *Modelos de programación radiofónica*. Barcelona: Feed-Back Ediciones, 1990.
- MINOBIS, M. "L'oferta pública de la ràdio digital des de Catalunya Ràdio". En: *El futur digital de la ràdio i la televisió*, VI Jornada Parlamentària sobre Mitjans de Comunicació Audiovisuals. Barcelona: Parlament de Catalunya, 2006.
- MORENO, E. "La radio de formato musical: concepto y elementos fundamentales". *Comunicación y Sociedad*. Vol. XII (1999), nº. 1, 89-111.
- NYLUND HAGEN, A. "The Playlist Experience: Personal Playlists in Music Streaming Services". *Popular Music and Society*. Vol. 38 (2015), nº. 5, 625-545.
- PARLAMENT DE CATALUNYA. *Comissió de Control de l'Actuació de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals. Butlletí Oficial del Parlament de Catalunya*, 22 de junio de 2007, nº. 128.
- *Comissió de Control de l'Actuació de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals. Butlletí Oficial del Parlament de Catalunya*, 7 de abril de 2008, nº. 330.
- *Comissió de Control de l'Actuació de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals. Butlletí Oficial del Parlament de Catalunya*, 11 de diciembre de 2009, nº. 700.
- *Comissió de Control de l'Actuació de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals. Butlletí Oficial del Parlament de Catalunya*, 22 de febrero de 2013, nº. 37.
- PEDRERO ESTEBAN, L. M. *La radio musical en España. Historia y análisis*. Madrid: IORTV, 2000.
- RIBES I GUÀRDIA, F. X. "Internet: la radio que se ve". En: LÓPEZ VIDALES, N.; PEÑAFIEL SAIZ, C. *Odisea 21. La evolución del sector audiovisual. Modos de producción cambiantes y nuevas tecnologías*. Madrid: Fragua, 2003.
- ROBLES, À. *Entrevista personal*. Barcelona, 20/06/2014.
- SELLAS, T. "Repositorios sonoros y recomendación de contenidos. El caso iVoox". [En línea]. *El profesional de la información*. Vol. 21 (2012), nº. 2, 206-209. <<http://www.elprofesionaldeinformacion.com/contenidos/2012/marzo/13.html>> [Consulta: 09/04/2017].
- UER (UNIÓN EUROPEA DE RADIODIFUSIÓN). *Vision 2020. Annexe 8. Experts group 2: distribution technology & audiences. Report & Summary*. [En línea]. <https://www.ebu.ch/files/live/sites/vision2020/files/app/annexe_8_EN.pdf>. [Consulta: 24/05/2017].

VANGAEGHT, A.S.; DONDEERS, K. "Do 'we' really matter? An analysis of user motivations for online interaction with public service radio". *Radio Journal: International Studies in Broadcast & Audio Media*. Vol. 15 (2017), nº. 1, 7-26.

WALL, T.; DUBBER, A. "Specialist music, public service and the BBC in the Internet age". *The Radio Journal-International Studies in Broadcast and Audio Media*. Vol. 7 (2009b), nº. 1, 27-47.

Anexo 1. Listado de programas, día de emisión, hora y duración de la parrilla de iCat.cat y Catalunya Música (2011-2014)

NOMBRE	AÑO				PROGRAMA	DÍA	HORA	DURACIÓN
	2011	2012	2013	2014				
CatClàssica	2011	2012	2013	2014	Lista de reproducció	otros	otros	otros
Catalunya Música	2011	2012	2013	2014	Auditoris	otros	mañana	1-3 horas
	2011	2012			CatClàssica	otros	otros	1-3 horas
			2013	2014	Cat Música	laborable	madrugada	más de 3 horas
	2011	2012			Cicle Coral	fin de semana	mañana	1 hora
	2011	2012	2013	2014	Contrapunts	fin de semana	mañana	1 hora
			2013		Dia de la Música de Setmana Santa	otros	otros	otros
	2011	2012			El gran segle	fin de semana	tarde	1-3 horas
		2012	2013	2014	Els concerts	otros	tarde	1-3 horas
	2011	2012	2013	2014	Els gustos reunits	laborable	tarde	1 hora
	2011	2012	2013	2014	El violí vermell	laborable	noche	1 hora
	2011	2012			Entrada lliure	laborable	tarde	1 hora
	2011	2012	2013	2014	Espais oberts	laborable	noche	1 hora
			2013		Ètre dieu: Dalí en cinc escenes	fin de semana	noche	otros
	2011	2012	2013	2014	Grans obres	fin de semana	tarde	1-3 horas
	2011	2012	2013	2014	Grans orquestres del món	fin de semana	mañana	1-3 horas
	2011	2012	2013	2014	Guia d'orquestra	laborable	noche	1 hora
			2013	2014	Històries de l'òpera: bicentenari Verdi i Wagner	otros	otros	otros
	2011	2012	2013		Impressions	laborable	madrugada	1 hora
	2011	2012			Interludi	laborable	mañana	1 hora
	2011	2012	2013	2014	Interludi-Cap de setmana	fin de semana	mañana	1-3 horas
			2013	2014	La ruta Bach	fin de semana	mañana	1 hora
	2011	2012	2013	2014	La setmana de...	laborable	tarde	1 hora
	2011	2012	2013	2014	Música de cambra	fin de semana	noche	1 hora
	2011	2012	2013	2014	Microtons	laborable	otros	otros
			2013		Mompou: l'etern combat del somni	otros	otros	otros
			2013		Montsalvatge: músic d'un segle	otros	otros	otros

Base total: 84

Fuente: Elaboración propia a partir de la página web de la CCMA.

Anexo 1. Listado de programas, día de emisión, hora y duración de la parrilla de iCat.cat y Catalunya Música (2011-2014 (continuación))

2011	2012	2013	2014	MPClássics	laborable	mañana	1 hora
2011		2013	2014	Nocturn	laborable	mañana	otros
		2013	2014	Només hi faltes tu	laborable	tarde	1-3 horas
			2014	Músics a la carta	laborable	noche	1 hora
2011	2012	2013	2014	Notes de Clássica	otros	noche	1 hora
2011	2012	2013	2014	Preludi	laborable	mañana	1-3 horas
2011	2012	2013	2014	Preludí Caps de Setmana	fin de semana	mañana	1-3 horas
		2013	2014	Programació especial	otros	otros	otros
		2013	2014	Qui té por del segle xx?	fin de semana	noche	1 hora
		2013	2014	Selecció Catalunya Música	otros	otros	otros
2011	2012	2013	2014	Solistes	laborable	noche	1 hora
2011	2012	2013	2014	Temporada d'òpera del Gran Teatre del Liceu	otros	otros	otros
		2013	2014	Temporada de l'OBC des de l'Auditori	fin de semana	mañana	1-3 horas
		2013		Toldrà a la carta	laborable	noche	otros
2011	2012	2013	2014	Tonalitats	laborable	mañana	1-3 horas
		2013		Transmissió des de l'Auditori de Barcelona	otros	otros	otros
		2013		Transmissió des de la Universitat de Cervera	otros	otros	otros
		2013	2014	Transmissió des del Palau de la Música Catalana	otros	otros	otros
		2013		Transmissió des del Teatre-Auditori de Sant Cugat	otros	otros	otros
		2013		Transmissió des del Teatre Tarragona de Tarragona	otros	otros	otros
2011	2012	2013	2014	Transmissió UER	otros	otros	otros
2011	2012	2013		Trobades en el temps	laborable	noche	1 hora
2011	2012	2013		Una hora de concert	fin de semana	tarde	1 hora
2011	2012	2013	2014	Una tarda a l'òpera	fin de semana	tarde	1-3 horas
				Via Jazz	fin de semana	mañana	otros
2011	2012	2013	2014	Cabaret Elèctric	laborable	noche	1 hora
		2013	2014	5 Songs	laborable	mañana	otros
2011	2012			5 Minuts +	laborable	mañana	1-3 horas

Base total: 84

Fuente: Elaboración propia a partir de la página web de la CCMA.

Anexo 1. Listado de programas, día de emisión, hora y duración de la parrilla de iCat.cat y Catalunya Música (2011-2014 (continuación))

	2011	2012	2013	2014	<i>Delicatessen</i>	laborable	tarde	1 hora
			2013	2014	<i>Els Experts</i>	laborable	mañana	1 hora
			2013		<i>Especials iCat.cat</i>	otros	otros	otros
			2013	2014	<i>Generació Dgital</i>	fin de semana	tarde	1-3 horas
	2011	2012	2013		<i>Hidrogen</i>	laborable	mañana	1 hora
			2013	2014	<i>iCat Folk</i>	laborable	mañana	1 hora
			2013	2014	<i>iCat Recomana</i>	laborable	otros	otros
			2013	2014	<i>iCat.Cat en Concert</i>	otros	otros	otros
			2013	2014	<i>iCatTapes</i>	otros	otros	otros
			2013	2014	<i>iJazz Club</i>	fin de semana	madrugada	otros
	2011	2012	2013	2014	<i>Independents</i>	laborable	mañana	1 hora
				2014	<i>Lapsus</i>	laborable	noche	1 hora
	2011	2012			<i>Línia Folk</i>	fin de semana	noche	1 hora
	2011	2012	2013	2014	<i>Músiques Urbanes</i>	fin de semana	mañana	1 hora
				2014	<i>PerVersions</i>	otros	otros	1 hora
	2011	2012	2013	2014	<i>Selecció iCat</i>	otros	otros	otros
	2011	2012	2013	2014	<i>Sona9</i>	laborable	mañana	1 hora
			2013	2014	<i>Songhunter</i>	laborable	mañana	menos de 1 hora
	2011	2012	2013	2014	<i>T'agrada el Blues?</i>	laborable	mañana	1 hora
	2011	2012	2013	2014	<i>Tarda Tardà</i>	fin de semana	tarde	1 hora
			2013	2014	<i>Via Jazz</i>	otros	noche	1 hora
iCatJazz	2011	2012	2013	2014	Lista de reproducción	otros	otros	más de 3 horas
iCatMón			2013	2014	Lista de reproducción	otros	otros	otros
iCatRumba			2013	2014	Lista de reproducción	otros	otros	otros
iCatTrònica			2013	2014	Lista de reproducción	otros	otros	otros
Mediterràdio	2011	2012			Lista de reproducción	otros	otros	otros
MusiCattes	2011	2012			Lista de reproducción	otros	otros	otros
TotCat	2011	2012	2013	2014	Lista de reproducción	otros	otros	otros
Xahrazad	2011	2012			Lista de reproducción	otros	otros	otros

Base total: 84

Fuente: Elaboración propia a partir de la página web de la CCMA.