

# Patrimonio musical, diversidad cultural y radiodifusión de interés público

María Eugenia Londoño Fernández

Grupo de Investigación Valores Musicales Regionales  
Facultad de Artes, Universidad de Antioquia  
Dirección electrónica: melon2@artes.udea.edu.co

Gonzalo Medina Pérez

Docente Facultad de Comunicaciones Universidad de Antioquia  
Dirección electrónica: gonzalom32@gmail.com

Londoño Fernández, María Eugenia y Medina Pérez, Gonzalo (2012).  
“Patrimonio musical, diversidad cultural y radiodifusión de interés público”.  
En *Boletín de Antropología*. Universidad de Antioquia, Medellín, Vol. 26  
N.º 43 pp. 105-123.  
Texto recibido: 12/03/2012; aprobación final: 21/04/2012.

**Resumen.** Mediante el análisis de la programación de once emisoras denominadas *culturales*, destaca la importancia de las interacciones entre la música, la radiodifusión, la educación y la cultura; señala responsabilidades y posibilidades en el terreno de las políticas públicas respecto a la formación o construcción cultural social.

*Palabras clave:* Colombia, Antioquia, música, radiodifusión, cultura, educación, políticas públicas.

## Musical heritage, cultural diversity and public interest broadcasting

**Abstract.** Through the analysis of the programming of 11 radio stations called cultural stations, highlights the importance of interactions between music, broadcasting, education and culture; points responsibilities and possibilities in the field of public policy regarding the training or social cultural construction.

*Keywords:* Colombia, music, heritage, broadcasting, education, cultural public policies.

## Introducción

Colombia es un país de regiones; heredamos una nación multiétnica, pluricultural y diversa, como lo define la Constitución de 1991. Vivimos el impacto de la globalización y de las nuevas tecnologías; y, además, padecemos la vergüenza histórica del desplazamiento forzoso a causa del conflicto armado, hecho que complejiza aún más la producción y la circulación de bienes culturales en el territorio nacional.<sup>1</sup>

Adicionalmente, los medios masivos de comunicación, han llegado a sustituir, en gran medida, la transmisión oral de la cultura que caracterizó la vida cotidiana de nuestras comunidades hasta muy avanzado el siglo XX y hoy tiene decisiva importancia en la totalidad de la cultura y, de modo especial, en las manifestaciones musicales y sus dinámicas de cambio.

El presente artículo se deriva de la investigación titulada: “Papel de las emisoras culturales en FM del departamento de Antioquia, en el posicionamiento de las músicas tradicionales colombianas, y de las denominadas ‘nuevas expresiones’ de raíz tradicional”, realizada durante los años 2009 y 2011, y en la que participaron Gonzalo Medina, María Eugenia Londoño, Federico Ochoa, Leonardo Montoya y Alexander Restrepo, Miembros del Grupo de Investigación Valores Musicales Regionales, adscrito a la Facultad de Artes de la Universidad de Antioquia (Medina *et al.*, 2010), en la cual pretendimos dimensionar la relación directa que existe entre: el patrimonio musical, la diversidad cultural y la radio.

Para abordar nuestro trabajo partimos de una experiencia empírica: los radioescuchas difícilmente tenemos acceso a expresiones distintas al vallenato comercial, la salsa (en alguna medida), la música de despecho y la denominada “parrandera”, expresiones supeditadas a las dinámicas e imperativos mercantiles, y nos hicimos las siguientes preguntas: ¿Por qué la radio —capaz de llegar a todos los estratos socioeconómicos y a todos los rincones del país— no difunde la variedad de músicas que nos caracteriza, diferencia e identifica? Si las emisoras comerciales las han desestimado y las comunitarias poco las difunden, ¿será que dichas manifestaciones musicales sí ocupan un espacio significativo en las comúnmente denominadas *emisoras culturales*?<sup>2</sup>

---

1 A noviembre de 2011, las estadísticas oficiales presentaban un acumulado de 3.875.987 personas desplazadas durante los últimos catorce años; algunas organizaciones no gubernamentales estiman que esta cifra podría ascender a 5.000.000 de desplazados (acción social).

2 La legislación colombiana reconoce tres tipos de radiodifusoras, según la orientación de su programación: 1) radios de interés público 2) radios comerciales y 3) radios comunitarias; las estaciones operan bajo tres modalidades de licencias y según diferentes normas (véase: Servicio de radiodifusión sonora de interés público (Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, 2010).

En 2008, el Ministerio de Tecnologías de la Información y Comunicaciones de Colombia reportaba la existencia 194 radiodifusoras de interés público, radioestaciones asignadas a entidades estatales, que a la vez se subdividen en: emisoras de la Radio Pública Nacional de Colombia, emisoras de la Fuerza Pública, emisoras territoriales, emisoras educativas, emisoras educativas universitarias, emisoras para atención y prevención de desastres. Los recursos para su funcionamiento provienen de aportes, auspicios, colaboraciones, patrocinios y donaciones, además de partidas presupuestales asignadas a estas por cada una de las respectivas entidades.

Diez de las radiodifusoras analizadas por nosotros son universitarias y una empresarial; diez operan en frecuencia modulada (FM) y una en amplitud modulada (AM); ocho son públicas y tres privadas; diez están catalogadas como radios de interés público, si bien tres de ellas operan con licencia comercial. Las estaciones escogidas para realizar la investigación fueron:

Emisora Cultural Universidad de Antioquia AM (aunque gran parte de su programación comprende el Sistema de Radio Educativa cuyas estaciones transmiten por FM), a octubre de 2010, contaba con seis estaciones localizadas en los municipios de Andes, Cauca, El Carmen de Viboral, Medellín, Puerto Berrío y Turbo. Emisora Cultural Universidad de Antioquia, FM (Medellín). UN Radio (Universidad Nacional de Colombia, sede Medellín). Radio Bolivariana FM (Universidad Pontificia Bolivariana, Medellín). Sinigual Estéreo (Universidad Católica de Oriente, Rionegro). Cámara FM (Cámara de Comercio de Medellín).

La definición de *radiodifusión de interés público* sustentada por el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones de Colombia en 2010, no deja de ser sorprendente:

La radiodifusión sonora de interés público tiene como propósito satisfacer necesidades de comunicación del Estado con los ciudadanos y comunidades, en el área geográfica objeto de cubrimiento y tendrá como fines, contribuir al fortalecimiento del patrimonio cultural y natural de la nación, difundir la cultura y la ciencia y fomentar la productividad del país, promover los valores cívicos, la solidaridad, la seguridad, el ejercicio ciudadano y la cultura democrática, preservar la pluralidad, identidad e idiosincrasia nacional, servir de canal para la integración del pueblo colombiano y la generación de una sociedad mejor informada y educada, difundir los valores y símbolos patrios, contribuir a la defensa de la soberanía, de las instituciones democráticas, asegurar la convivencia pacífica y brindar apoyo en la prevención, atención y recuperación de emergencias y desastres.

En el ámbito de comunicaciones de interés público, aplicamos el concepto *emisora cultural* a las estaciones de radiodifusión, generalmente adscritas a universidades o instituciones cuya función y objetivos están directamente relacionados con la educación y la divulgación de la ciencia, la tecnología, las letras, las artes y las humanidades en general, y cuyo compromiso debe favorecer el desarrollo integral de las comunidades a las cuales tienen acceso. Aunque este tipo de radiodifusoras se ubican, casi siempre, en la categoría radios de interés público, también existen

estaciones con licencia comercial y que además se autodefinen como “emisoras culturales”; es el caso de Sinigual Estéreo, ubicada en el municipio de Rionegro y de Radio Bolivariana en Medellín, ambas adscritas a universidades privadas.

### **Patrimonio musical**

María Gembero Ustároz, en su *trabajo El patrimonio musical español y su gestión*, lo define como “el conjunto de bienes y manifestaciones musicales materiales e inmateriales producido [en este caso], por la sociedad hispana a través de su historia que contribuye a identificar y diferenciar su cultura y debe ser protegido, conservado y difundido” (Gembero, 2005: 142). Cabe advertir que esta definición pareciera referirse más a objetos, “bienes” susceptibles de ser conservados, que a situar el concepto mismo de patrimonio cultural, música, en una perspectiva de proceso en construcción; la autora tampoco precisa a quién o a quiénes se confiere el poder de decidir qué música se debe “conservar” o se debe desechar.

Para nosotros, hacen parte del patrimonio musical de una comunidad, el sistema o los sistemas que utiliza para ordenar su discurso sonoro y que determinan el contenido y la estructura de “eso que se quiere expresar a través de la música”, las prácticas vocales, instrumentales y mixtas; patrones rítmicos, melódicos, estructuras formales, armonías; instrumentos y conjuntos de instrumentos (formatos) determinados; colores o timbres sonoros y maneras peculiares de utilizar voces e instrumentos; compositores e intérpretes; relatos hechos pregón, danza, canción; colecciones y archivos de partituras y grabaciones; teorías, investigaciones, escritos referidos a la historia y al quehacer musical; espacios físicos y simbólicos donde habitan y por donde circulan las músicas que crea o apropia una sociedad y que a la vez la caracterizan y diferencian, porque han llegado a alojarse, a instalarse en su modo de vida, en sus prácticas cotidianas, adquiriendo un valor simbólico.

La vida cotidiana es sonido. Cada cultura suena, y es peculiar su manera de sonar. Susurran el mar, la selva, el desierto, la metrópoli; los sonidos propios de cada hábitat, de cada entorno natural. Asimismo, la intercomunicación humana está atravesada por el sonido: vibran el llanto y la risa, hacemos ruido al caminar, hablar, jugar, trabajar, amar o hacer la guerra. Transitamos por las sonoridades del dolor y la alegría; la vida oscila entre sonidos y silencios, lo mismo que la música; porque ella no es otra cosa que la selección y el ordenamiento normalizado de ese universo de vibraciones audibles y de silencios dentro del cual nos movemos.

De ese universo de bienes musicales culturalmente heredados, nuestra atención se centra en dos tipos específicos de manifestaciones las músicas tradicionales, populares y las nuevas expresiones de raíz tradicional.

La categoría de músicas tradicionales, populares, se aplica a expresiones musicales locales o regionales, nacidas, apropiadas o recreadas por grupos sociales o comunidades determinadas, frecuentemente transmitidas mediante la imitación y la

oralidad; manifestaciones síntesis de procesos históricos, simbólicos y estéticos de largo aliento en el tiempo, factor de identidad colectiva y recurso cultural de singular valor expresivo. Para el caso de esta investigación agrupamos en esta categoría prácticas musicales anteriores a la década de 1970.

Las nuevas expresiones de raíz tradicional se refieren a lo que en Colombia se denomina: nuevas tendencias, músicas de fusión, hibridaciones, nuevas músicas, etc. para designar músicas creadas desde mediados de los años 80. En esa época se generaliza dicha tendencia en Colombia, especialmente en el contexto de los festivales y más concretamente en el Festival Mono Núñez de Música Andina Colombiana. No obstante, desde comienzos del siglo XX, algunos músicos formados académicamente —adelantándose a su tiempo— incursionan en el campo experimental y producen algunas obras que se inscriben en el terreno que corresponde a las “nuevas expresiones” en las que se mezclan elementos propios de los lenguajes musicales tradicionales con elementos sonoros foráneos (estilos, formatos instrumentales, tímbricas, técnicas, etc.), aprovechando el arsenal de recursos que ofrecen las nuevas tecnologías. Se trata de expresiones musicales actuales, modernas, incluso posmodernas, producciones que no obstante su carácter contemporáneo, interactúan, crean espacios de diálogo intercultural, estético, formal y expresivo con manifestaciones tradicionales o elementos representativos de una memoria musical tradicional de amplio espectro histórico. Estas nuevas expresiones, constituyen síntesis culturales e históricas, pero hacen parte de procesos de producción más individualizados y de autogestión.

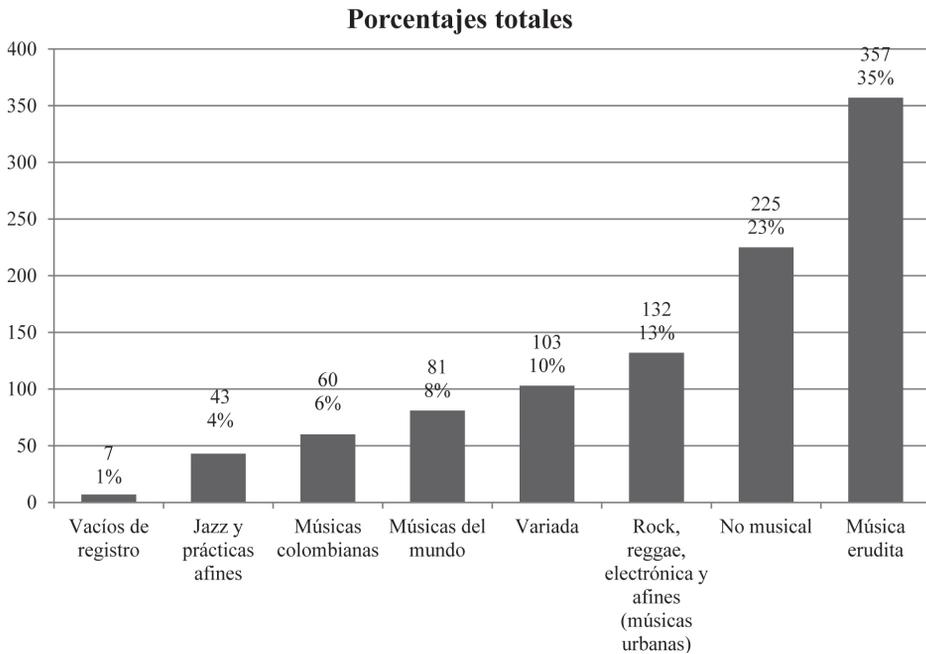
### **La diversidad cultural y los medios de comunicación**

No obstante reconocer la relevancia del discurso internacionalmente reconocido producido por la Unesco en la Convención sobre la protección y promoción de la diversidad de las expresiones culturales (2005) en el cual reconoce la diversidad cultural como gran riqueza para las personas y las sociedades y su protección, promoción y mantenimiento como condición esencial para el desarrollo sostenible en beneficio de las generaciones actuales y futuras al que deben tener acceso. Y su principio de “acceso equitativo” que deben tener todas las expresiones culturales a los medios de expresión y difusión para “valorizar la diversidad cultural y propiciar el entendimiento mutuo”, se trata de un “discurso patrimonial autorizado”, insistimos en la trascendencia que conlleva asumir el patrimonio como “[...] proceso cultural [...] que tiene que ver con la negociación de la memoria, la identidad y el sentido de lugar”. Como señala Smith, esta postura crítica, “nos permite la posibilidad de comprender no sólo lo que ha sido recordado, sino también lo que ha sido olvidado, y por qué ha sido olvidado” (Smith, 2011: 42). La idea misma de patrimonio implica una construcción dinámica de valores o significados culturales. De ahí su importancia en la configuración de identidades.

Concepciones afines en torno a la naturaleza del patrimonio cultural, los hallazgos hechos y la urgencia de aportar a la transformación de realidades comunes nos comprometen a divulgar y a confrontar algunos de los resultados más relevantes de la investigación realizada.

### De cara a los resultados obtenidos

El análisis de 1.008 horas de emisión (grabación de audio) correspondientes a la programación de una semana de cada una de las once radiodifusoras observadas (24 horas diarias), permitió establecer mediciones estadísticas de conjunto que hablan por sí solas de los programas, de los tipos de música más difundidos y del porcentaje de emisión en horas que corresponde a las músicas colombianas (véase gráfico 1).



**Gráfico 1.** Horas de emisión semanal según tipo de música

Fuente: Medina, *et al.*, 2010: 143.

Comprobar que el promedio de difusión de música tradicional colombiana y de nuevas expresiones de raíz tradicional, equivale al 6% de la programación semanal

de estas once emisoras, hace pensar respecto al papel que la radio de interés público tiene que cumplir desde el compromiso inaplazable de construir país.

La preponderancia de la “música erudita” tiene una explicación clara, puesto que en general se suele asociar el término “cultural” al concepto de “alta cultura”,<sup>3</sup> de allí que sea muy frecuente en Colombia asociar las emisoras culturales con el modelo de radiodifusión que décadas atrás introdujo la emisora de la BBC de Londres. Si bien resulta comprensible que debido a esa concepción de cultura imperante, la música clásica sea la más difundida en dichas emisoras, y que también las músicas urbanas rock, reggae, electrónica y afines —como fenómeno de masas característico del siglo XX—, ocupen el segundo lugar como géneros más difundidos, nos resulta preocupante que el porcentaje correspondiente a las músicas nacionales sea considerablemente inferior a los dos anteriores.

Al respecto resulta esclarecedora la opinión del comunicador e historiador Gabriel Gómez Mejía, quien dirigió la Radio Nacional de Colombia (2004-2009), hoy RTVC:

Una primera reflexión que se me viene de la presentación, de esta investigación, [sic] que además, vuelvo y resalto [...], es muy importante, particularmente porque alrededor de la radio no se investiga; desde ninguno de los campos de investigación se mira la radio: ni desde la comunicación, ni desde la historia, ni desde la música. Entonces [a partir de] todas estas informaciones —que además tienen fuente empírica que las hace doblemente valiosas—, a mí se me ocurren al menos dos reflexiones. Una es que, creo que se ve muy claro que todo este cambio que ha sufrido la cultura en el transcurso de la segunda mitad del siglo pasado y éste, no nos ha afectado todavía mucho en [cuanto a] la forma de programar las emisoras [...]. [Lo otro es que] en el campo de lo que llamamos *emisoras culturales* —yo soy muy enemigo de ese nombre—, en ese campo, vivimos todavía de un imaginario más viejo aún, que es el de la radio pública de comienzos de la historia de la radio en la Europa del siglo pasado. Y entonces vivimos todavía [en ese modelo]; y eso se ve en esto de la programación de *música erudita*. Es evidente ese modelo, el modelo es la vieja BBC, ni siquiera es la actual BBC; la vieja Deutsche Welle, la vieja Radio Nacional de España, Radio Nederland, etc. Pero claro, la *música erudita*, [sic] —ustedes lo dijeron bien y lo conceptualizaron muy bien ahí—, es la música de Europa occidental’ (Testimonio, Taller de devolución de resultados. Medina *et al.*, 2010: 143-144).

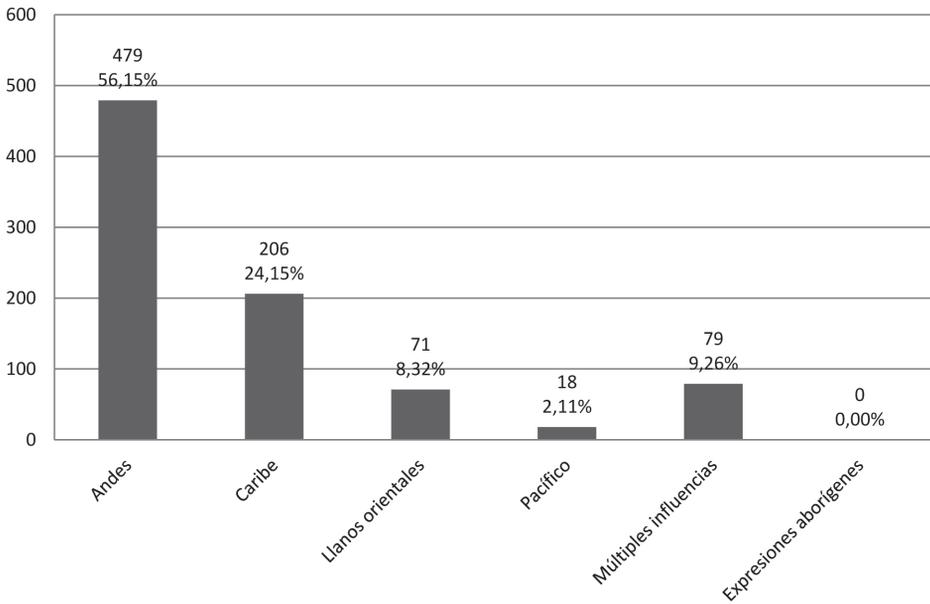
Esto explica, parcialmente, que las actuales emisoras culturales hayan subestimado el impacto potencial que son capaces de producir en relación con las músicas populares, locales y regionales. Si atendemos al porcentaje de emisión semanal de músicas colombianas —sobre un promedio de 168 horas por emisora—, comprobamos que este corresponde al máximo del 10% del tiempo en solo una de las esta-

---

3 Llamamos la atención respecto al uso equivocado y, por demás elitista, de ambos términos, práctica lingüística muy frecuente que se origina en el hecho de equiparar conceptos como informado o letrado, a poseedor de cultura o culto.

ciones estudiadas, que este porcentaje es inferior en las demás estaciones, llegando al mínimo del 0,6% en una de ellas.

En cuanto a la representatividad cultural-regional, pudimos comprobar que predomina la música andina tradicional (bambucos y pasillos); le siguen las expresiones caribeñas; en tanto que la producción musical representativa de la Amazonia, por ejemplo, no se difundió durante el periodo observado (junio-agosto de 2009); tampoco las manifestaciones aborígenes y es mínima la inclusión musical del Pacífico y de los Llanos Orientales; es decir, los indicadores presentan un desbalance significativo (véase gráfico 2 realizada con base en el total de obras musicales colombianas emitido por el conjunto de estaciones, durante una semana: 853).



**Gráfico 2.** Representatividad de músicas regionales. Cantidad de obras en porcentaje  
*Fuente:* Medina *et al.*, 2010: 231.

Téngase en cuenta que a pesar del fenómeno de la creciente deslocalización de la producción cultural, y a causa de las características geográficas, históricas, sociales y culturales colombianas, la identificación cultura-territorio-conocimiento-música sigue operando para amplios sectores de población. Es el caso de las comunidades afrodescendientes del Pacífico colombiano o el de los habitantes del llano colombo-venezolano (Escobar, 2005 y 2010).

Los aspectos positivos que destacamos durante la investigación: la naturaleza sociocultural de este tipo de radiodifusoras. Su carácter de radio al-

ternativa, la diversidad de músicas que difunden, el constituirse en lugar para lo pasado y lo contemporáneo; tener la posibilidad de conocer y promocionar agrupaciones que no tendrían otro medio para difundir su trabajo; implementar metodologías “comerciales” de difusión para músicas que hasta el momento se vieron circunscritas al medio académico; hacer difusión cultural con un enfoque distinto y captar otros oídos, otros públicos; ofrecer una programación variada que abre las puertas a todo tipo de oyentes; consolidar franjas de programación temática. Estas radio estaciones cuentan con equipos de calidad; opera hoy un Sistema de Radio Educativa con cobertura departamental empeñado en fortalecer la inclusión regional.

La Emisora Cultural Universidad de Antioquia mediante sus siete estaciones y el Sistema de Radio Educativa adelanta un trabajo interesante en la perspectiva de integración de las diversas regiones antioqueñas, sin que la música llegue a aprovecharse suficientemente como elemento clave de cohesión social y cultural.

UN Radio que se destaca por reivindicar la pluralidad en la definición de los contenidos musicales.

Sinigual Estéreo se proyecta específicamente sobre la región del Oriente antioqueño, dando prelación a las expresiones musicales de los Andes colombianos, pero con escasa presencia de la diversidad musical propia de nuestro país.

Radio Bolivariana y Cámara FM, centran sus esfuerzos, en la transmisión de música erudita: 61%, y en la divulgación de músicas urbanas: 66% (jazz, rock, reggae, electrónica y afines).

La calidad de algunas propuestas y la consciencia del derecho al disfrute de la música, son el resultado del compromiso personal de algunos realizadores que entienden la proyección de su quehacer como un aporte a la cultura y a la calidad de vida de los oyentes.

Es apenas justo reconocer resultados positivos en el quehacer cultural de este tipo de estaciones sonoras y valorar los esfuerzos de quienes trabajan en ellas; no obstante, sus propósitos y logros se ven seriamente limitados debido a condiciones que es preciso identificar y transformar. Entre los obstáculos más significativos se mencionan los siguientes:

*Marco legal desfavorable.* Los entrevistados se quejas de que a pesar de ser radios por gestión directa, no se les permiten venta de pauta (Medina *et al.*, 2010: 98). Además, se obliga el pago de la “Tarifa por derechos de autor en comunicación pública de obras” que corresponde a un salario mínimo legal mensual vigente por cada una de las frecuencias en FM (véase en *Manual de tarifas radio y televisión* de la Sociedad de Autores y Compositores de Colombia, Sayco).

Se configuran entonces contradicciones legislativas que en la práctica se convierten en obstáculos entre la defensa de los derechos individuales de autores e intérpretes, de un lado, y el derecho a la información, a la educación y a la libre circulación y difusión de la música como patrimonio cultural colectivo, del otro.

Podemos concluir que, a diferencia de Cámara FM, las otras radiodifusoras presentan una situación común: la dificultad para sustentar sus programas. Los realizadores deben pagarse con recursos procedentes de la ventas de publicidad [permitido únicamente a las tres emisoras culturales con licencia comercial], pero —además de las restricciones propias del carácter de la licencia no comercial y de la postura filosófica que cohibe a algunas de las instituciones universitarias—, no existe interés por parte de las empresas por pautar en emisoras culturales, debido a que el manejo de pauta publicitaria, en la mayoría de los casos contradice el enfoque social que manejan este tipo de radiodifusoras (65).

Carencia de recurso humano. Inexistencia de productores en el campo radial, pocos locutores y realizadores; con frecuencia falta una real capacitación del personal referida a las músicas colombianas (técnica y humana), escaso personal de planta y frecuentes recortes del mismo; limitaciones o barreras mentales en algunos realizadores y programadores.

Se dificulta, además, el acceso a fuentes de información musical. Hoy las casas discográficas graban poca música colombiana y no ofrecen datos adicionales al respecto; ediciones discográficas desprovistas de información; mínima producción referida a temáticas musicales locales, específicas; escasez de centros de documentación y de bases de datos especializadas; es dispendiosa la consecución y acceso a materiales sonoros no comerciales y a nuevas músicas colombianas. Inconsistencias administrativas: con frecuencia, pertenecer a una entidad pública, limita a veces ciertos procesos de las emisoras, los frena. Esto se expresa en “tramitomanía” lenta y desgastante.

La infraestructura impone limitaciones para hacer transmisiones musicales en directo, con agrupaciones numerosas, dado lo reducido del espacio físico en cabina.

En términos de impacto social cultural, la formación de públicos se percibe como dificultad y como reto, dados los hábitos de sintonía y el nivel de lenguaje frecuentemente inadecuado.

### **La vinculación entre la radio cultural y la radio comercial**

La idea de que ambas modalidades de radiodifusión son totalmente opuestas es mucho más común de lo que se cree. Dadas la importancia y la incidencia que tiene esta concepción en el funcionamiento mismo y en la proyección social de cada una de las emisoras estudiadas, consideramos pertinente exponer puntos de vista que contribuyan a desechar prejuicios nocivos y a encontrar vías alternativas para superar múltiples obstáculos que enfrentan hoy este tipo de radiodifusoras.

Las expresiones que transcribimos a continuación dan cuenta de tales concepciones, y hablan de un imaginario popular muy arraigado: asociando el concepto de ‘aburrido’ a lo cultural (tomadas del Grupo focal, testimonios de directores emisoras culturales y realizadores de programas de música colombiana en mayo, 2009), así se

expresan personas que juzgan las emisoras sin escucharlas, sin verlas y sin conocerlas siquiera: “la radio cultural es aburrida”; “¡Ay, no! en esa emisora que hablan todo el día, ¡ay, qué pereza!”; “¡qué pereza Señal Colombia!”.

Es frecuente que “lo cultural” se asocie con élites, con prácticas exclusivas, con “alta cultura”; o que desprevenidamente se hable de “música culta”, sin advertir que el término culto alude a lo que se ha cultivado, y sin comprender que todas las expresiones musicales son producto de cultura, es decir, que han sido socialmente cultivadas, independientemente de que ellas sean poco o muy elaboradas.

También el ámbito académico se ha entendido como inamovible, exclusivo y excluyente; de, y para intelectuales. Una manera de enfrentar estos prejuicios es haciendo una adecuada conceptualización sobre lo cultural y también sobre lo universitario, que contribuya a superar la idea de que uno y otro son algo aburrido y excluyente. También existen muchos prejuicios respecto al término cultura, por tanto, la reflexión tiene que ocuparse de superar dichos estereotipos.

Se ha polemizado mucho en torno al tema de si la radio cultural es o no un medio alternativo, asunto de permanente e inagotable discusión. Es decir, si cuando se habla de un medio masivo, necesariamente lo estamos descartando ya como alternativo, o si aún siendo o teniendo ese carácter de masivo, se puede constituir también en alternativo. La pregunta que tendríamos que resolver —y que toca con la sustentabilidad misma de las emisoras culturales— es ¿cómo hacer de la radio cultural una radio más pública?

Partamos de afirmar que lo masivo y lo alternativo no son opuestos, porque de lo que se trata es de presentar propuestas de programación y de contenidos que se diferencien de las ya conocidas. Ese es el reto.

¿Cómo hacer de la radio cultural un medio atractivo? ¿Cómo hacerlo competitivo en relación con la radiodifusión comercial? ¿Acaso no tenemos nada que aprender de esta? ¿Cómo competir con esa llamada radio comercial cuyos atractivos, en muchos casos de regalos, pero también, en la que el oyente participa para que lo escuchen, mediante una llamada telefónica y que puede pedir la música que le gusta?, ¿Cómo privilegiar el disfrute en el ejercicio de una radio educativa? Pero insistimos, independientemente de las explicaciones que podamos dar, el problema está planteado, el problema existe.

Los testimonios analizados ponen de manifiesto la falsa contradicción respecto al carácter cultural-comercial y la necesidad de resolverla para garantizar la sostenibilidad de las emisoras culturales en Colombia.

Explicaba uno de los directores:

Nosotros tenemos una necesidad grande respecto al mercadeo: necesitamos una persona que nos venda mucho más la emisora, que incluso nos venda muchos de los programas que sabemos tienen mucha sintonía y que pudiéramos aprovecharnos comercialmente [...], ponerlos como soporte comercial. Pienso que pudiéramos beneficiarnos más de eso (entrevista 16, Medina *et al.*, 2010: 330).

Dos aspectos parecieran quedar claros: el primero apunta a lo administrativo y el segundo a la vigencia y receptividad de las músicas colombianas; veamos: además de darle su valor a lo comercial y de tener los mecanismos legales para ello, las emisoras culturales necesitan una organización interna que incluya personal capacitado para trabajar lo comercial y al mismo tiempo para presentar propuestas que resulten atractivas para potenciales clientes.

Lo que resulta obvio en todos los casos —y a manera de diagnóstico— es que existen falsas contradicciones. Se ven como opuestos lo comercial y lo cultural, lo cultural y universitario y el disfrute, la teoría respecto a lo cultural y la práctica de eso que acrítica y erróneamente se denomina “cultural” (o “alta cultura”) en un país que es precisamente multicultural y multirregional.

Cuando irrumpen los medios masivos de comunicación en la sociedad capitalista, son diversos los procesos y contextos en los que ellos entran a ejercer su papel, sin que este se reduzca solo a la generación de lucro por su actividad. Esto significa que debemos partir del presupuesto según el cual los medios masivos de comunicación adquieren doble condición: por una parte, son empresas particulares, privadas, con ánimo de lucro, cuya actividad informativa tiene un componente orientado a derivar utilidades del manejo de un bien público que es la información. Ello quiere decir que la sociedad les entrega a los medios la responsabilidad de trabajar con ese bien público que es la información; y por otro lado, si es público quiere decir que su tratamiento debe estar inspirado en el servicio colectivo. Los medios masivos, por tanto, están abocados a la tarea de desarrollarse como empresas, pero respondiendo cabalmente por su misión de dar cuenta de los hechos que afectan al conjunto de la sociedad —nos referimos a los sucesos que por su naturaleza y por sus implicaciones, pueden originar decisiones políticas que han de afectar a aquella—.

La coexistencia de lo público y lo privado en los medios masivos de comunicación, da como resultado que cada grupo o clase social procesa a su manera la información que produce y le da un sentido específico, es esto lo que se conoce como el uso cultural. En otras palabras, los contenidos generados por los medios no son asimilados de la misma manera por el común de los grupos y las clases sociales; y lo hacen en función de sus intereses sociales, económicos, políticos y culturales. Este último aspecto se refiere o se define a partir de las representaciones de la realidad, o de formas de habitar el mundo, como lo señalan algunos autores.

En última instancia, los contenidos y dinámicas de los medios son asumidos de distinta manera por cada uno de los sectores sociales que hacen parte del conjunto de la sociedad colombiana. Se plantea así una relación directa entre comunicación y cultura, materia de análisis en cada situación específica que se presente. Podemos, pues, concluir que los medios masivos de comunicación tienen un componente cultural, independiente de su condición de empresas privadas, con ánimo de ganancia.

En este sentido, es pertinente traer a cuento una afirmación del comunicólogo Jesús Martín Barbero:

Pero algo radicalmente distinto se produce cuando lo cultural señala la percepción de dimensiones inéditas del conflicto social, la formación de nuevos sujetos —regionales, religiosos, sexuales, generacionales— y formas nuevas de rebeldía y resistencia. Reconceptualización de la cultura que nos enfrenta a la existencia de esa otra experiencia cultural que es la popular, en su existencia múltiple y activa no sólo en su memoria del pasado, sino en su conflictividad y creatividad actual (Barbero, 1987: 226-227).

Si tal vinculación se da entre los medios particulares y los grupos, sectores y clases sociales, con mayor razón debe manifestarse dicha relación cuando pensamos en esos mismos estamentos humanos y las denominadas emisoras culturales —el nombre ya lo evidencia— que son parte de nuestro centro de preocupación académica. Nos referimos a las estaciones radiofónicas que por decisión propia han optado por definir su filosofía y sus contenidos desde el referente cultural; o sea, lo hacen conscientemente, se comprometen con él, reconocen que es su razón de ser y buscan actuar en consecuencia.

En gracia a la discusión, y con base en los elementos que hemos tratado de exponer hasta el momento, podemos sostener que tanto las emisoras comerciales como las llamadas culturales, tienen dicha dimensión como común denominador, más allá de lo que esté consagrado en el papel.

El componente comercial tiende a relacionarse como exclusivo de las emisoras privadas, —aquellas con ánimo mercantil— a diferencia de las culturales como las radios de interés público, en tanto que las llamadas emisoras culturales, se asocian con la carencia, la limitación de recursos, con la precariedad, cuando no con la dinámica artesanal de su funcionamiento. Se parte del supuesto de que estas no pueden percibir mayores ingresos, salvo los que provengan de la institución a la que pertenecen. En otras palabras, pensar en que una emisora cultural reciba dinero como pago por la prestación de un servicio publicitario, resultaría algo insólito porque se estaría invadiendo el ámbito de las estaciones comerciales.

La discusión que nos espera, en el avance de esta investigación, podría partir, a nuestro juicio, de dos presupuestos:

a. No existe relación excluyente al momento de pensar lo cultural y lo comercial en el caso de las emisoras y cadenas radiales que buscan el ánimo de lucro, pero que al mismo tiempo están inmersas en la dinámica cultural.

b. Es necesario dilucidar el manejo legal y efectivo que, en realidad, vienen asumiendo las denominadas emisoras culturales respecto del tipo de ingresos que están generando o que podrían generar para resolver, de alguna manera, sus dificultades económicas; dificultades que luego se reflejan en situaciones como la limitación de infraestructura, la carencia de material discográfico y el no pago a realizadores y colaboradores.

## Las políticas públicas y la radiodifusión de interés público

En este apartado del trabajo pretendemos adelantar una reflexión a partir de la tríada emisora cultural, programación radial relativa a las músicas tradicionales y nuevas expresiones colombianas de raíz tradicional y la importancia de las políticas públicas. Identificar posibles orientaciones desde las estaciones radiofónicas o desde las instituciones a las cuales están vinculadas las primeras, y tenemos especial interés en poner en evidencia los aciertos y vacíos de las emisoras y de las entidades —públicas o privadas— de las cuales dependen.

Para identificar la existencia o ausencia de políticas públicas en el manejo de las emisoras culturales y de las músicas nacionales, a partir de las distintas programaciones, es necesario caracterizar en primer lugar la categoría de políticas públicas, particularizando en las que actualmente existen en Colombia en materia de música y cultura.

Una definición genérica asume las políticas públicas como flujos o corrientes de información y también de acciones relacionadas con un objetivo público concebido en forma democrática. Se trata de una concepción de política pública que compromete al ciudadano como protagonista en la consecución de los objetivos políticos definidos en las esferas de decisión social. Dicho de otra manera, acá la política pública no depende solo del Estado, sino que además involucra a los miembros de la sociedad, lo cual le da a ella su espíritu de legitimidad o respaldo ciudadano. Al fin y al cabo, las decisiones políticas que se tomen desde las instancias de poder, nos habrán de afectar a todos.

Alejo Vargas, analista político del Instituto de Estudios Políticos y Relaciones Internacionales —Iepri—, perteneciente a la Universidad Nacional de Colombia, define las políticas públicas como “el conjunto de sucesivas decisiones y acciones del régimen político frente a situaciones socialmente problemáticas que pretenden la resolución de las mismas o por lo menos llevarlas a niveles manejables” (Vargas, citado por Eslava, 2008).

El politólogo colombiano Pedro Medellín Torres (2004), al analizar las políticas públicas en su relación con la acción gubernamental, el Estado y la propia sociedad, afirma que ellas manifiestan, por una parte, la manera como están organizadas las estructuras, las funciones y los procedimientos que rigen al Estado y a las mismas organizaciones que actúan en el ámbito público, pero a la vez, revelan las dinámicas conflictivas en medio de las cuales se desenvuelve la acción pública. En su relación con las instituciones, las políticas públicas reflejan una dinámica concreta de incorporación o de exclusión —sea en lo social, lo económico y lo político— del conjunto de los ciudadanos con respecto a los asuntos propios del Estado.

Por otra parte, desde el punto de vista de las normas, las políticas deben garantizar que las ideas individuales de los actores sociales se conviertan en acciones, teniendo como condición una discusión participativa e informada de todos ellos

alrededor de los temas de mayor interés social. Sin embargo, no es necesario no perder la perspectiva de que pueden darse desequilibrios de poder que reducen dichas normas a mera retórica o discurso, de lo cual se deriva que las decisiones importantes terminarían basándose en un interés particular y no en el bienestar de todos los ciudadanos. Las políticas públicas pueden solucionar problemas, transformar y crear la ciudad, si son institucionalizadas por el conjunto de la sociedad y no solo por los órganos de poder. La diferencia está en que la sociedad institucionaliza, consolida, legitima, mientras que las estructuras de poder existentes se limitan a crear meros procedimientos. A modo de síntesis, podemos afirmar que las políticas públicas son entonces las ideas que emergen sobre lo que se hará o dejará de hacerse acerca de las situaciones o conflictos que afectan al conjunto de la sociedad. Y para que tales ideas se refuercen y ganen en acogida, deben ser sometidas a la argumentación en espacios propicios para la deliberación.

Finalmente, esta figura denominada políticas públicas puede ser entendida como una concatenación de actividades, decisiones o medidas coherentes, por lo menos en su intención, y tomadas principalmente por los actores del sistema político-administrativo de un país con la finalidad de resolver un problema colectivo y también de transformar una realidad que afecta por igual a la sociedad.

### **Músicas y formación de públicos: compromiso ineludible**

Durante nuestro trabajo de acercamiento a las emisoras comprobamos que algunas personas tienen claro que la función cultural de la radio es educativa y que debe contribuir a la valoración del patrimonio regional y nacional; el público, a pesar de ser tan heterogéneo, identifica y reconoce ese carácter educativo en las radiodifusoras culturales (véanse entrevistas en Medina *et al.*, 2010).

El testimonio de uno de los ex directores de Sinigual Estéreo nos permite ilustrar aspectos referidos a políticas públicas al respaldar un claro compromiso educativo, en:

En algún tiempo yo también hice el programa de música clásica, —y uno lo que espera es que lo oigan profesionales, gente de un nivel cultural por encima del promedio de la región—. Algún día presenté un programa de la música de Vivaldi, *Las cuatro estaciones*, y al otro día me llama una señora del campo, de una vereda de Guarne, encantada, fascinada con esa obra: ‘¡qué interesante la historia de Vivaldi!’; que ella no sabía que era un sacerdote; que de pronto ella nunca había llegado a escuchar esa obra y que, ‘¡qué música tan bonita!’ (Entrevista 17 a. Medina *et al.*, 2010: 338).

Lentamente, en algunas estaciones también han comprendido la importancia de abrir canales de comunicación a lo diverso. Veamos algunos casos:

[En Sinigual] hay amplitud; aquí no encontramos limitaciones con los oyentes en el sentido en que uno diga: ‘ah, de pronto la gente se va a asustar con esto’, no. El oyente

aquí se ha abierto mucho porque le hemos dado un amplio abanico [...]. Muchas de las personas han encontrado una posibilidad distinta, —y esto es un caso muy curioso—; les pregunté yo: ‘y usted ¿por qué escucha Sinigual?’ y responden: ‘pues en cierta manera porque es un poco atípica y esto llama al oyente; están saliendo del esquema normal de las emisoras’. (Realizador, programa de música colombiana, entrevista 19. Medina *et al.*, 2010: 339).

Educar, en términos culturales, es dar a las personas las oportunidades que no han tenido. Educar es entregar a los oyentes contenidos de interés, como contribución proactiva a la construcción de imaginarios sociales y de identidad cultural. Aprovechar la música, lenguaje social; herramienta privilegiada para sensibilizarnos y educarnos en y para la convivencia, en países como Colombia, caracterizados por la diversidad cultural. Por lo tanto, insistimos en la validez de la propuesta de que la radiodifusión lleve a la práctica “planteamientos que tocan la esencia de estas músicas en tanto expresiones locales con un fuerte nexo étnico y territorial, insertas en dinámicas culturales y sociales complejas, que demandan capacidad crítica y posiciones de valoración, equidad, respeto, creatividad y amplitud para su abordaje como objeto de investigación, formación, recreación, gestión y producción” (López, Franco y Rojas, 2010: 4).

Entre las funciones más importantes que corresponden a la radio, está la de facilitar el diálogo intergeneracional mediante la puesta en escena de las distintas expresiones musicales nacionales y la relación que estas tienen con la vida cotidiana y con la historia del país. Quienes ejercemos oficios en el ámbito de lo público, tenemos la oportunidad y la responsabilidad de cumplir una función preventiva, la de facilitar a las personas su ubicación en la dinámica cultural y la asimilación del proceso de cambio, para que este sea menos violento, menos traumático y destructor de lazos sociales.

Refuerza el argumento antes expuesto, el hecho de que diez de las once radiodifusoras objeto de esta investigación son universitarias; por lo tanto es inaplazable que la juventud las apropie y las disfrute. Promover el diálogo intergeneracional, entonces, contribuye a que “las *emisoras culturales* no se vuelvan exclusivamente de viejitos”. Su función prioritaria es convertirse en “la voz de la Universidad”.

Podemos entonces destacar la importancia de informar, formar y educar a partir de la diversidad musical regional, nacional y universal. Pero debe existir un compromiso prioritario con el país y su realidad no incluyente, y esto exige comprometerse con la circulación de las músicas locales y con la diversidad cultural regional; significa reconocernos en y a través de las prácticas musicales; significa apropiarnos conocimientos relativos a sus características, a las costumbres relacionadas con ellas; significa reconocer y valorar a sus creadores; en síntesis, empoderarse de la propia historia. Inclusión regional es hacer visible la diversidad cultural existente en el país y en cada una de sus regiones, tanto en el ámbito rural como en el

urbano, conforme a los criterios y orientaciones de El Plan Decenal de Educación —PNDE— 2006-2016.<sup>4</sup>

Con fuerza y convicción señala Smith que el patrimonio es un discurso involucrado en la legitimación y gobierno de las narrativas históricas y culturales y en los procesos de construcción identitaria (Smith, 2011: 54).

En síntesis, corresponde a la radiodifusión cultural participar decididamente en la construcción de un sentido de lo educativo que abra espacios al diálogo intercultural; que estimule y favorezca el arraigo de las personas a su suelo, la apropiación de su historia y la redefinición de las identidades culturales por medio de la música; sentido que aporte a la consolidación de una consciencia nacional y latinoamericana, en diálogo con el mundo contemporáneo.

En varios documentos recientes suscritos por el Ministerio de Cultura, músicos e investigadores nacionales y extranjeros reiteran responsabilidades compartidas, pero que comprometen directamente a los medios de comunicación en los campos de la educación musical de la ciudadanía, el reconocimiento de los artistas nacionales, el fomento a la industria y a la circulación de las músicas. Basta mirar el documento que aparece bajo el título “Hacia un sistema de la música en Colombia”, surgido del Congreso Nacional de Música de 2009, señala acciones prioritarias:

[...] 2. Fomentar una participación activa, crítica y cualificada de los públicos, audiencias, ciudadanos y consumidores de la música. [...] Es, de un lado, asumir las poblaciones como audiencias susceptibles de educar en y para la música; y de otro lado, el mantenimiento de una fuerte base social de la música.

[...] 4. Mejorar las condiciones laborales y de valoración social del músico y fortalecer el desarrollo de la industria y la productividad del campo musical.

5. Promover el crecimiento asociativo del campo musical, [puesto que la falta de] interlocución de la sociedad civil con la institucionalidad pública, lleva al desperdicio de talento y esfuerzos y no se desarrolla la cooperación al interior de la cadena de valor de la música (Ministerio de Cultura, 2009. Citado por López, Franco y Rojas, 2010: 7-8).

Podríamos resumir así el reto que hoy tiene la radio educativa y cultural en Colombia: ser una radio más pública, más incluyente, más ágil, fresca, agradable e innovadora; rica en valores y propuestas formativas.

Reconocemos las expresiones musicales nacionales como elemento de cohesión social y reafirmamos el criterio de que en materia de radiodifusión la responsabilidad de difundir el patrimonio cultural-musical nacional recae, en primer lugar, en los medios de comunicación, especialmente en aquellos de filiación estatal. Urge “Definir e implementar una política nacional de difusión que ponga en vigencia el deber de

---

4 El Plan Decenal de Educación 2006-2016, es un documento estratégico diseñado por el gobierno del presidente Álvaro Uribe Vélez, para orientar el desarrollo de este componente de la acción gubernamental.

reconocer, fortalecer y articular desde la radio la diversidad cultural musical que caracteriza nuestro país” (Londoño, Medina, Restrepo, Montoya y Ochoa, 2011).

Ser actores del desarrollo cultural compromete la formación de públicos, y eso implica, entre otras responsabilidades ciudadanas las de:

a. Servir de puente entre lo tradicional y lo contemporáneo, entre las localidades y las regiones, entre la periferia y el centro, entre lo nacional y lo universal.

b. Posibilitar que las expresiones y productos musicales del país lleguen a los rincones más apartados del territorio nacional, y que los grupos sociales más desfavorecidos tengan acceso a ellos.

c. Promover a los cantautores e intérpretes nacionales, contribuyendo así a la circulación de sus productos y a la creación de fuentes de trabajo.

d. Participar decidida y eficazmente en el desarrollo económico y social, convirtiéndose en agente activo en los circuitos y canales de circulación de las músicas nacionales.

e. Potenciar la producción de bienes y servicios culturales mediante la difusión de contenidos culturales. La radio puede favorecer el crecimiento de las industrias creativas relacionadas con la música.

f. Favorecer la interacción con el público y la participación cultural.

g. Distribuir las músicas nacionales y posicionar sus productos, como mecanismo para fomentar el comercio cultural en los ámbitos nacional e internacional.

Tal y como lo expresaba el Ministerio de Comunicaciones en 2008: “La memoria sonora colombiana corre el riesgo de perderse, por lo que el país está en mora de preservar y aprovechar su complejo y diverso patrimonio sonoro”; y el Estado debería atender con todas sus herramientas a su preservación.

## Referencias bibliográficas

- Agencia Presidencial para la Acción Social y la Cooperación Internacional (2011). *Estadísticas desplazados*. [En línea:] <http://www.accionsocial.gov.co/EstadisticasDesplazados/GeneralesPD.aspx?idRpt=1>. (Consultado el 31 de enero de 2012).
- Barbero, Jesús Martín (1987). *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*. Magazine de Troncos. GG Mass Media, Bogotá.
- Escobar, Arturo (2005). *Más allá del Tercer Mundo. Globalización y Diferencia*. Instituto Colombiano de Antropología e Historia —ICANH—, Bogotá, Colombia. [En línea:] [www.scribd.com/doc/6147069/Mas-Alla-Del-Tercer-Mundo](http://www.scribd.com/doc/6147069/Mas-Alla-Del-Tercer-Mundo). (Consultado el 31 de enero de 2012).
- \_\_\_\_\_ (2010). *Territorios de diferencia: lugar, movimientos, vida, redes*. Universidad de Carolina del Norte, Departamento de Antropología. Carolina del Norte, Estados Unidos. [En línea:] [www.ram-wan.net/restrepo/documentos/Territorios.pdf](http://www.ram-wan.net/restrepo/documentos/Territorios.pdf). (Consultado en enero de 2012).
- Eslava, Adolfo (2008). “Planes de desarrollo y políticas públicas”. En: *Portafolio, Columna “Societas”*, Bogotá. [en línea:] <http://www.portafolio.co/opinion/blogs/societas/planes-desarrollo-y-politicas-publicas>. (Consultado el 31 de enero de 2012).
- Gembero Ustárriz, María (2005). *El patrimonio musical español y su gestión*. [En línea:] <http://www.patrimoniocultural.gov.co/component/content/article/158.html>. (Consultado el 31 de enero de 2012).

- Londoño Fernández, María Eugenia; Medina Pérez, Luis Gonzalo; Restrepo Peláez, Alexander; Montoya Peláez, Leonardo y Ochoa Escobar, Federico (2011). “Radiodifusión cultural y patrimonio musical: dos alternativas subestimadas”. En: *A Contratiempo*, N.º 17, Biblioteca Nacional, Bogotá. [En línea:] <http://www.bibliotecanacional.gov.co/tools/marco.php?idcategoria=39295>. (Consultado en marzo de 2012).
- López G., Gustavo A.; Franco D., Efraín y Rojas H., Carlos (2010). *Formulaciones de lineamientos y parámetros 2010-2014*. Plan Nacional de Música para la Convivencia. Músicas Populares Tradicionales—Escuelas de Música Tradicional. Ministerio de Cultura, Bogotá.
- Medina Pérez, Gonzalo; Londoño Fernández, María Eugenia; Ochoa Escobar Federico; Montoya Peláez, Leonardo y Restrepo Peláez, Alexander (2010). *Papel de las emisoras culturales del departamento de Antioquia, en el posicionamiento de las músicas tradicionales colombianas, y de las denominadas ‘nuevas expresiones’ de raíz tradicional*. Informe final de investigación. Universidad de Antioquia, Facultad de Artes, Grupo de Investigación Valores Musicales Regionales, Medellín, Colombia.
- Ministerio de Comunicaciones (2010). *Servicio de radiodifusión sonora de interés público*. En: *Resolución MINTIC 415 de 2010*. [En línea:] [http://www.cntv.org.co/cntv\\_bop/basedoc/resolucion/mintic/resolucion\\_mintic\\_0415\\_2010\\_pr001.html](http://www.cntv.org.co/cntv_bop/basedoc/resolucion/mintic/resolucion_mintic_0415_2010_pr001.html). (Consultado en marzo de 2012).
- \_\_\_\_\_. *Política de radiodifusión sonora de interés público* (2008) [En línea:] <http://www.mintic.gov.co/index.php/radio-interes-publico>. (Consultado en junio de 2012).
- Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones. *Radio de Interés Público*. [En línea:] <http://www.mintic.gov.co/index.php/radio-interes-publico>. (Consultado en febrero de 2012).
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (2005). *Convención sobre la protección y promoción de la diversidad de las expresiones culturales* [En línea:] <http://www.unesco.org/new/es/culture/themes/cultural-diversity/cultural-expressions/the-convention/convention-text/#1>. (Consultado el 2 de febrero de 2012).
- República de Colombia. *Plan Nacional Decenal de Educación* [En línea:] <http://www.plandecenal.edu.co/html/1726/w3-propertyvalue-43510.html>. (Consultado el 8 de febrero de 2012).
- Smith, Laurajane (2011). “El ‘espejo patrimonial’. ¿Ilusión narcisista o reflexiones múltiples?”. En: *Antipoda: Revista de antropología y arqueología*, N.º 12. Bogotá. p. 39-63.
- Sociedad de Autores y Compositores de Colombia, Sayco (2011). *Manual de tarifas radio y televisión*. [En línea:]. [http://www.sayco.org/tarifas\\_sayco/PO03M01%20Manual%20de%20tarifas%20Radio%20y%20Television.pdf](http://www.sayco.org/tarifas_sayco/PO03M01%20Manual%20de%20tarifas%20Radio%20y%20Television.pdf). (Consultado en marzo de 2012).