

# TEMA III

## Origen y Desarrollo de las Grandes Cadenas de Radio



# TEMA III

## Origen y Desarrollo de las Grandes Cadenas de Radio

- **En Estados Unidos:**
- **La radio se establece en los hogares**
  - Variada programación
  - Predominio de la publicidad
  - Grabaciones en directo y con público
- **National Broadcasting Company (NBC)**
- Surge en 1926
- Con el patrocinio de G. Electric y Westinghouse (RCA)
- Funciona ya como *Network*
- Dos programaciones: Red Roja y Red Azul



# TEMA III

## Origen y Desarrollo de las Grandes Cadenas de Radio

- **Lemas de la NBC:**
- “Responsibility is the first obligation of freedom”
- “(...) The freedom of every American to turn the switch ‘ON’ his radio and listen, without a license, to *what* he pleases, *when* he pleases, and to pay NO TRIBUTE for what he hears, was guaranteed in the Constitution more than a hundred years ago (...) “
- “Freedom of the Air in America is *inalienable*”
- “To extend this American freedom into new ways, NBC in 1941 started the first television station in the country, which soon expanded into a network (...)”
- “For more than two decades, NBC has been dedicated to *public service* (...)”

# TEMA III

## Origen y Desarrollo de las Grandes Cadenas de Radio

- **En Estados Unidos:**
- **Columbia Phonographic Broadcasting System (CBS desde 1928)**
- Fue adquirida en 1927 por la familia Paley.
- Contaba con 16 emisoras afiliadas (114 en 1940).
- William Paley fue quien construyó y dirigió CBS.
- Cambió el modelo de negocio de *broadcasting*
- ¿Cómo?
- Creó además Columbia Record Co.
- y CBS Laboratories



# TEMA III

## Origen y Desarrollo de las Grandes Cadenas de Radio

- **Legislación Anti-Trust:**
- La Federal Communications Commission (FCC), organismo regulador del sector audiovisual y de las telecomunicaciones en EEUU desde 1934, obligó en 1943 a la NBC a deshacerse de su “Red Azul”, que pasó a llamarse
- **American Broadcasting Company (ABC)** en 1944.
- Fue adquirida por Edward J. Noble, empresario millonario del negocio de caramelos, quien le dio ese nombre.
- Así tenemos ya las 3 grandes *networks*: **NBC, CBS, ABC.**



# TEMA III

## Origen y Desarrollo de las Grandes Cadenas de Radio

- **En Estados Unidos: cambios empresariales**
- **Separación Radio-TV:**
- Con el tiempo algunas *majors* decidieron vender sus activos en radio:
- 1987: NBC a Westwood One
- 2011: Disney vende ABC Radio (menos ESPN y Disney Radio).
- CBS Corporation es la única que sigue teniendo CBS Radio.
- Posteriormente se incorporan CNN, Fox (Fox Sports)...
  
- **Las tres mayores empresas radiofónicas hoy en día son:**
  1. Clear Channel Communications (San Antonio, TX)
  2. Cumulus Media /Cumulus Broadcasting (Atlanta, GA)
  3. CBS Radio, Inc. (New York)

# TEMA III

## Origen y Desarrollo de las Grandes Cadenas de Radio

### En Europa:

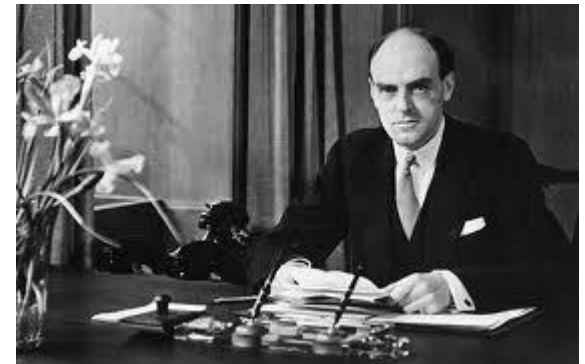
- Se abre una nueva etapa después de la IIGM.
- Muchos países sufren una reestructuración de su servicio público de radio y televisión.
- Prima el concepto de **bien público propiedad del Estado** para todos los medios de información / comunicación.
- Siguiendo el modelo de la BBC, la mayoría de los ciudadanos pagan un **canon**, o *licence-fee*
- España, caso aparte.
- Programación eminentemente **cultural, educativa, y sin publicidad.**
- Sistema que funciona sin medios privados al menos durante dos décadas (con excepciones).



# TEMA III

## Origen y Desarrollo de las Grandes Cadenas de Radio

- **En Europa: Reino Unido, BBC**
- **La BBC surge en 1922 como British Broadcasting Company**
  - Al principio sólo agrupa a las emisoras de radio y estaba promovida, y financiada, por la Dirección General de Correos.
  - Su primer director, llamado “*the architect of public service broadcasting in Britain*”, fue John Reith (Sir, y Lord).
  - Bajo su dirección la BBC llegó a tener los principios y el prestigio que le acompañan hasta hoy.
- **British Broadcasting Corporation (BBC)**
- Se forma como tal en 1927.
- Su principal órgano de gobierno es el “Board of Governors”.
- Aunque ya hay emisiones de TV desde 1936, la radio cobra protagonismo durante la IIGM.
- Se financia con un licence fee (145.50 libras anuales) y sigue un *Royal Charter* o Carta Real.





# TEMA III

## Origen y Desarrollo de las Grandes Cadenas de Radio

- **En Europa: Francia, Radio France**
  - Las radios públicas y privadas empiezan a emitir en Francia desde los años 20 (1922).
  - *Cohabitan* armoniosamente hasta la llegada de la II GM.
- **Radio France (RF)**
- Después de la IIGM se nacionalizan todas las radios francesas debido al colaboracionismo de algunas con el régimen nazi y quedan agrupadas bajo **RTF**, un mero departamento ministerial.
- En 1964 se convierte en la ORTF, y en 1974 se convierte en siete empresas públicas distintas.
- El panorama audiovisual cambia con la llegada de F. Mitterrand a la presidencia (1981).
- Se conceden las primeras licencias de radio comercial nacional.
- Hoy en día es una entidad separada de *France Télévisions*.
- El *licence fee* es de 125 euros (2012).



# TEMA III

## Origen y Desarrollo de las Grandes Cadenas de Radio

- **En Europa: Alemania, ARD**
- Después de la IIGM la radio queda bajo control de los aliados, que en la parte ‘occidental’ instauran a partir de 1948 un modelo de explotación descentralizado.
- Así, se crea en cada “Land” un organismo público de radiodifusión, que más adelante se encargará también de la televisión. Hay 9 “*regional broadcasters*”.
- Este modelo de monopolio público continuaría hasta mediados de los años 80.
- **Deutschlandradio** es la radio nacional pública y tiene dos emisoras: temas públicos y cultura.
- El *licence fee* es de 215 euros (2012).



# TEMA III

## Origen y Desarrollo de las Grandes Cadenas de Radio

- **En Europa: Italia, RAI**
- Abarca 3 cadenas de TV y 8 emisoras de radio nacionales y web radios.
- Curiosamente, pertenece al Ministerio de Hacienda italiano en un 99%.
- Las radios locales proliferan a partir de los años 70 por una Ley que permite la Radio y la TV local.
- Admite publicidad.
- El *canone* es de 112 euros (2012).



# TEMA III

## Auge de la Radio y de los Productos Radiofónicos

- Una vez superada la II GM, la radio mundial vive una etapa de plenitud.
- La revista *Billboard* publica su listado de popularidad musical (Hot 100 y 200) desde 1940, lo cual es un gran impulso para los artistas.
- A nivel radiofónico, locutores como Casey Kasem y su “American Top 40” (desde 1970) alcanzan audiencias masivas. En España tendría su equivalente en “Los 40 Principales” (nace como programa en 1966).
- Los nuevos géneros y formatos musicales dan lugares a nuevos soportes de grabación y venta de los éxitos musicales favoritos del público.

Billboard



# Auge de los productos radiofónicos

## Cronología

- 1877-78: Gramófono Berliner-fonógrafo Edison.
- Renovación tecnológica:
  - 1925: electricidad
  - 1948: 33 r.p.m.
  - 1949: 45 r.p.m.
  - 1965: casetes
  - 1982: CD
  - 1990: fin del vinilo
  - 2000: **digitalización**
- *Gracias a la digitalización han cambiado las leyes de la oferta y la demanda.*
- *Hoy en día las redes sociales y portales de vídeos como **YouTube** han lanzado al estrellato a personas desconocidas y han creado nuevos modelos de negocio.*
- *Las principales discográficas tienen una nueva profesión: los “cazatalentos” especializados en buscar talento entre la gente que cuelga sus vídeos en los portales más visitados.*



# EDICIÓN FONOGRAFICA

## Mercado mundial

- *Oligopolio mundial: 6 grupos = 75% del mercado*
- Sony Music-WEA (T.Warner), BMG (Bertelsmann), MCA (Seagram), Polygram (Philips-Universal), EMI.
- Aceleración  
Concentración: -  
Polygram > Seagram > Vivendi -Time  
Warner > EMI: fracaso -  
Sony-BMG: joint venture  
-BMG vende a Vivendi (2006)
- \*Comercialización:  
hipermercados, cadenas

