

1. Record Nr.	UNINA9910787791803321
Autore	Garcia Castillejo Angel I.
Titolo	Regimen Juridico y Mercado de la Television en Abierto en Espana // Angel Garcia Castillejo
Pubbl/distr/stampa	Barcelona, Spain : , : Editorial UOC, , [2013] ©2012
ISBN	84-9064-281-8 84-9029-889-0
Edizione	[First edition.]
Descrizione fisica	1 online resource (261 p.)
Collana	Manuales Series
Disciplina	384.554
Soggetti	Public television Television - Law and legislation
Lingua di pubblicazione	Spagnolo
Formato	Materiale a stampa
Livello bibliografico	Monografia
Note generali	Contiene indice.
Nota di bibliografia	Contiene bibliografia.
Nota di contenuto	Regimen juridico y mercado de la television en abierto en Espana; Creditos; Pagina legal; Autor; Indice; Introduccion; Capitulo I. Estructura general del sistema televisivo (...); 1. Antecedentes del sistema televisivo espanol (...); 1.1. El sistema de medios audiovisuales en Espana (...); 1.2. El mercado audiovisual espanol en 2007-2008 (...); 1.3. El mercado audiovisual espanol en tiempos (...); 2. La television en abierto y generalista; 2.1. La publicidad y la television en abierto; 2.2. Audiencias de television; 2.3. Consumo de television en Espana 2.4. Digitalizacion e incremento de la oferta de canales (...)2.5. Contenidos audiovisuales, servicios conexos (...); 2.6. Agotamiento del modelo y necesidades de fnanciacion (...); 3. Los canales en abierto en Espana; 3.1. Television en abierto en analogico; 3.1.1. Cobertura nacional; 3.1.2. Cobertura autonómica; 3.1.3. Cobertura local; 3.2. Television en abierto digital; 3.2.1. Cobertura nacional; 3.2.2. Cobertura autonómica; 3.2.3. Cobertura local; 3.2.4. Televisiones comunitarias; 4. TDT y modelo multitemático; 4.1. Programación multicanal 4.2. Los canales de television en el mercado (...)Capítulo II. Regimen jurídico de la televisión (...); 1. Principios para la regulación del sector (...); 1.1. El sector audiovisual en Espana en el contexto (...); 1.2. La regulación audiovisual española de principios (...); 1.3. La Ley General

de la Comunicacion Audiovisual (...); 1.3.1. Los derechos audiovisuales; 1.3.2. Regimen juridico basico de la prestacion (...); 1.3.3. Prestadores publicos del servicio de comunicacion (...); 1.3.4. Ley 6/2012 de modifcacion de la Ley 7/2010 (...)

1.3.5. El Consejo Estatal de Medios Audiovisuales (CEMA)1.3.6. Regimen sancionador audiovisual basico; 1.4. La regulacion convergente del sector de las comunicaciones (...); 1.5. La separacion de las legislaciones relativas a la (...); 1.6. El fenomeno de la convergencia en el mercado (...); 1.7. Regulacion de la publicidad en television; 1.8. La corregulacion y la autorregulacion en materia (...); 2. Marco juridico del sector publico audiovisual espanol; 2.1. Breve referencia al marco juridico audiovisual; 2.2. Television publica y fnaciacion; 2.2.1. Marco referencial europeo

2.2.2. Consideracion de las normas europeas2.2.3. La normativa comunitaria en materia de ayudas (...); 2.2.4. Condiciones para la correcta fnaciacion publica (...); 2.2.5. Television publica, fnaciacion y competencia; 2.2.6. Ley 17/2006 de la Radio y la Television de Titularidad; 2.2.7. Ley 8/2009, de 28 de agosto, de Financiacion (...); 2.2.8. Real Decreto Ley 15/2012, de 20 de abril (...); 2.3. Modelos de financiacion de la telecision publica (...); 2.3.1. Portugal; 2.3.2. Francia; 2.3.3. Reino Unido; 2.3.4. Alemania; 2.4. Financiacion de la television publica

2.4.1. Criterios para la evaluacion del coste y la fijacion (...)

Sommario/riassunto

Esta obra parte de la premisa de que en la provisión de los servicios audiovisuales a los usuarios finales, pueden diferenciarse dos grandes tipos de ofertas: la televisión en abierto y la de pago, con condiciones de mercado y competitivas claramente diferenciadas. Por una parte, la televisión en abierto cuenta con determinadas características, como la provisión pública de una parte relevante del mercado, la gratuidad para el usuario y la competencia por los espacios publicitarios que hacen que su impacto sobre el sector de las comunicaciones electrónicas sea potencialmente menor. Ahora bien, iniciativas tendentes a crear canales de pago sobre la televisión digital modifican sustancialmente esta diferenciación. El fenómeno televisivo no sólo ha experimentado y vive importantes cambios en sus ingresos, en la tecnología para su difusión o las infraestructuras en las que se soporta, sino también la regulación del sector audiovisual. Así, en el caso español nos encontramos con que una de las señas de identidad que conformaban el marco jurídico del audiovisual español como era la dispersión normativa, derivada del gran número de leyes y normas dirigidas a este sector ya sea desde una perspectiva geográfica derivada de una determinada cobertura territorial, ya una determinada regulación en función de la titularidad de la entidad que gestiona el servicio de difusión, pública o privada; o por otro lado, dependiendo de la infraestructura que se utilice para la transmisión y difusión de la señal de televisión, ha encontrado un punto de inflexión en la aprobación de la Ley General de la Comunicación Audiovisual en 2010. Un proceso que este texto recorre y analiza desde la perspectiva del mercado de la televisión en abierto y su regulación.
