

1. Record Nr.	UNINA9910817813603321
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 financiacion (...); 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 multitematico; 4.1. Programacion multicanal 4.2. Los canales de television en el mercado (...)Capitulo II. Regimen juridico de la television (...); 1. Principios para la regulacion del sector (...); 1.1. El sector audiovisual en Espana en el contexto (...); 1.2. La regulacion audiovisual espanola de principios (...); 1.3. La Ley General

de la Comunicación Audiovisual (...); 1.3.1. Los derechos audiovisuales; 1.3.2. Régimen jurídico básico de la prestación (...); 1.3.3. Prestadores públicos del servicio de comunicación (...); 1.3.4. Ley 6/2012 de modificación de la Ley 7/2010 (...); 1.3.5. El Consejo Estatal de Medios Audiovisuales (CEMA); 1.3.6. Régimen sancionador audiovisual básico; 1.4. La regulación convergente del sector de las comunicaciones (...); 1.5. La separación de las legislaciones relativas a la (...); 1.6. El fenómeno de la convergencia en el mercado (...); 1.7. Regulación de la publicidad en televisión; 1.8. La correulación y la autorregulación en materia (...); 2. Marco jurídico del sector público audiovisual español; 2.1. Breve referencia al marco jurídico audiovisual; 2.2. Televisión pública y financiación; 2.2.1. Marco referencial europeo; 2.2.2. Consideración de las normas europeas; 2.2.3. La normativa comunitaria en materia de ayudas (...); 2.2.4. Condiciones para la correcta financiación pública (...); 2.2.5. Televisión pública, financiación y competencia; 2.2.6. Ley 17/2006 de la Radio y la Televisión de Titularidad; 2.2.7. Ley 8/2009, de 28 de agosto, de Financiación (...); 2.2.8. Real Decreto Ley 15/2012, de 20 de abril (...); 2.3. Modelos de financiación de la televisión pública (...); 2.3.1. Portugal; 2.3.2. Francia; 2.3.3. Reino Unido; 2.3.4. Alemania; 2.4. Financiación de la televisión pública; 2.4.1. Criterios para la evaluación del coste y la fijación (...)

## 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.