

<b>1. Preliminares .....</b>	<b>9</b>
1.1. <i>Introducción .....</i>	9
1.2. <i>La idea del proyecto de investigación.....</i>	11
1.3. <i>Planteamiento del problema: objetivos, preguntas de investigación     y justificación del estudio .....</i>	12
1.4. <i>Elaboración del marco teórico: revisión de la literatura y     construcción de una perspectiva social.....</i>	14
1.5. <i>Definición del alcance de la investigación: exploratoria y descriptiva.....</i>	14
1.6. <i>Diseño de investigación .....</i>	15
1.7. <i>Selección de la muestra .....</i>	15
1.8. <i>Recolección de datos.....</i>	16
1.9. <i>Análisis de datos.....</i>	18
1.10. <i>Tendencias de futuro.....</i>	18

PRIMERA PARTE:  
Estudio exploratorio

<b>2. La Sociedad de la Información.....</b>	<b>23</b>
2.1. <i>Definiciones, visiones y evolución de la Sociedad de la Información .....</i>	23
2.2. <i>La medición de la Sociedad de la Información: una tarea compleja .....</i>	25
2.3. <i>La competitividad y el liderazgo en la nueva economía .....</i>	28
<b>3. Digitalización: una nueva fuente de energía en la Sociedad de la Información.....</b>	<b>32</b>
3.1. <i>Principales variables de la economía digital .....</i>	33
3.2. <i>La tecnología y su relación con la información y el conocimiento.....</i>	34
3.3. <i>El auge de internet y de la economía en red.....</i>	37
3.4. <i>Aproximaciones epistemológicas a la economía digital.....</i>	39
3.5. <i>Nuevas estrategias empresariales para una nueva economía .....</i>	42

<b>4. Estructura de la difusión audiovisual en España .....</b>	<b>47</b>
4.1. <i>El desarrollo de la difusión televisiva en España .....</i>	<i>47</i>
4.2. <i>La difusión televisiva en España atendiendo a la estructura tecnológica.....</i>	<i>50</i>
4.2.1. <i>Televisión por ondas terrestres .....</i>	<i>51</i>
4.2.2. <i>Televisión por satélite.....</i>	<i>53</i>
4.2.3. <i>Televisión por cable .....</i>	<i>55</i>
4.2.4. <i>Televisión MMDS .....</i>	<i>59</i>
4.2.5. <i>La televisión digital.....</i>	<i>60</i>
4.3. <i>La difusión televisiva en España atendiendo a la estructura administrativa .....</i>	<i>61</i>
4.3.1. <i>La televisión pública estatal .....</i>	<i>63</i>
4.3.2. <i>La televisión pública autonómica .....</i>	<i>64</i>
4.3.3. <i>La televisión privada .....</i>	<i>69</i>
4.3.4. <i>Televisión local .....</i>	<i>71</i>
4.4. <i>Cadenas de valor y modelos de negocio en el sector audiovisual .....</i>	<i>74</i>
4.4.1. <i>Modelo tradicional de negocio .....</i>	<i>78</i>
4.4.2. <i>Transporte y distribución de señales audiovisuales .....</i>	<i>79</i>
4.4.3. <i>Acceso condicional .....</i>	<i>79</i>
4.4.4. <i>Servicios convergentes .....</i>	<i>81</i>
4.4.5. <i>Servicios de telecomunicaciones por cable .....</i>	<i>82</i>
<b>5. La regulación de las telecomunicaciones y su influencia sobre el sector audiovisual .....</b>	<b>84</b>
5.1. <i>Principios de la política europea de telecomunicaciones .....</i>	<i>86</i>
5.2. <i>La televisión: contexto legislativo .....</i>	<i>91</i>
5.3. <i>Convivencia de la televisión pública y privada .....</i>	<i>94</i>
5.4. <i>Los problemas regulatorios de la convergencia audiovisual.....</i>	<i>100</i>
<b>6. La televisión digital terrestre.....</b>	<b>103</b>
6.1. <i>Estado de la implantación de la televisión digital terrestre.....</i>	<i>104</i>
6.2. <i>Ventajas de la introducción de la televisión digital terrestre.....</i>	<i>108</i>
6.3. <i>Problemas planteados por la introducción de la televisión digital terrestre .....</i>	<i>110</i>
6.4. <i>Factores clave para la adopción de un modelo de televisión digital terrestre.....</i>	<i>114</i>
6.5. <i>Aspectos económicos de la televisión digital terrestre .....</i>	<i>119</i>
6.6. <i>Aspectos regulatorios de la televisión digital terrestre .....</i>	<i>122</i>
<b>7. La convergencia tecnológica y su repercusión en el sector audiovisual.....</b>	<b>127</b>
7.1. <i>Retos y oportunidades para la difusión audiovisual en la era digital.....</i>	<i>130</i>
7.2. <i>Transformación en la estructura de los medios audiovisuales.....</i>	<i>134</i>
7.3. <i>Transformación en los canales de distribución y cadenas de valor del audiovisual.....</i>	<i>140</i>
7.4. <i>Transformación en las audiencias de los medios audiovisuales .....</i>	<i>146</i>
7.5. <i>Transformación en las condiciones del entorno audiovisual.....</i>	<i>151</i>

<b>8. La propiedad intelectual como aspecto fundamental para asegurar la rentabilidad de los contenidos y el sostenimiento de una economía digital.....</b>	<b>159</b>
8.1. <i>Propiedad intelectual en España.....</i>	<i>160</i>
8.2. <i>La difusión y la comunicación pública.....</i>	<i>162</i>
8.2.1. <i>La emisión por radiodifusión .....</i>	<i>163</i>
8.2.2. <i>La radiodifusión vía satélite.....</i>	<i>163</i>
8.2.3. <i>La transmisión por cable, hilo o fibra óptica.....</i>	<i>164</i>
8.2.4. <i>La retransmisión .....</i>	<i>164</i>
8.2.5. <i>La comunicación pública de las bases de datos.....</i>	<i>164</i>
8.3. <i>La propiedad intelectual a nivel mundial .....</i>	<i>166</i>
8.4. <i>La tecnología digital y el derecho de propiedad intelectual.....</i>	<i>167</i>
8.5. <i>Los servicios digitales como objeto de propiedad intelectual.....</i>	<i>168</i>

SEGUNDA PARTE:  
Panel de expertos

<b>9. Distribución de frecuencias .....</b>	<b>177</b>
<b>10. Conclusiones.....</b>	<b>217</b>
10.1. <i>Transformación del medio.....</i>	<i>217</i>
10.2. <i>Canales de distribución/cadena de valor.....</i>	<i>218</i>
10.3. <i>Audiencias/usuarios .....</i>	<i>219</i>
10.4. <i>Condiciones del entorno.....</i>	<i>219</i>
<b>11. Recomendaciones.....</b>	<b>220</b>
11.1. <i>Transformación del medio.....</i>	<i>220</i>
11.2. <i>Canales de distribución/cadena de valor.....</i>	<i>221</i>
11.3. <i>Audiencias/usuarios .....</i>	<i>221</i>
11.4. <i>Condiciones del entorno.....</i>	<i>222</i>
<b>Bibliografía .....</b>	<b>223</b>