

Índice

Introducción	9
Capítulo 1. Perspectivas sobre la situación actual	25
1.1. Sociedad de la Información	27
1.2. Teorías Críticas	36
Capítulo 2. Cultura Propietaria	55
2.1. Bases del Mercado Cultural	58
2.1.1. Transformación Epistémica del Conocimiento	59
2.1.2. Ficción Jurídico-Mercantil del Conocimiento	62
2.1.3. La Metafísica del Mercado Cultural y lo Sublime Comercial	68
2.2. Actuación del Modelo de la Cultura Propietaria	77
2.2.1. Concentración empresarial en el Mercado Cultural	78
2.2.2. Derechos de Autor como barreras en la Producción y Acceso	84
2.2.3. Exposición de la Acción del Modelo de la Cultura Propietaria	95
Capítulo 3. Cultura Libre	101
3.1. Construcción axiológica de la Cultura Libre	104
3.1.1. Lo Común	105
3.1.2. La Cibercultura	115
3.2. Actuación del Modelo de la Cultura Libre	120
3.2.1. Breve enumeración de los problemas de implantación	120
3.2.2. Exposición de la Acción del Modelo de la Cultura Libre	128
Referencias bibliográficas	135
Anexo	145