

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	11
1. LA GEOPOLÍTICA DE INTERNET	21
1.1 LOS ORÍGENES DE LA DISTRIBUCIÓN LIBRE DE INFORMACIÓN	21
1.2 LA PRIVATIZACIÓN DE INTERNET	25
1.3 LOS DESEQUILIBRIOS ESTRUCTURALES DE INTERNET	31
2. LOS PRODUCTOS AUDIOVISUALES EN INTERNET	47
2.1 DEFINICIÓN Y CARACTERÍSTICAS DE LOS PRODUCTOS AUDIOVISUALES	49
2.2 LA DISTRIBUCIÓN Y REPRODUCCIÓN EN INTERNET	53
2.3 ESTRATEGIAS Y MODELOS DE COMERCIALIZACIÓN	59
3. LA DISTRIBUCIÓN Y DESCARGA LIBRE DE PRODUCTOS AUDIOVISUALES EN INTERNET	73
3.1 EL SURGIMIENTO Y DESARROLLO DE LOS SISTEMAS PEER TO PEER (P2P)	75
3.2 REDES Y ARQUITECTURAS TÉCNICAS	87
3.3 ESTRUCTURAS EMPRESARIALES Y MODELOS DE NEGOCIO	91
3.4 LA REGULACIÓN POLÍTICO-NORMATIVA	104
3.5 LOS USOS Y LOS USUARIOS P2P	111
3.6 PIRATERÍA, IMPACTO ECONÓMICO Y BENEFICIO SOCIAL DE LOS SISTEMAS P2P	123
4. LA REGULACIÓN DE LOS PRODUCTOS AUDIOVISUALES EN INTERNET	135
4.1 LA EXTENSIÓN DE LA LEY DEL COPYRIGHT	137
4.2 LA LEY DE DERECHOS DE AUTOR PARA EL MILENIO DIGITAL (DMCA)	152
4.3 PROPUESTAS PARA UNA NUEVA POLÍTICA CULTURAL EN INTERNET	162
5. CONCLUSIONES	179
ÍNDICE DE GRÁFICOS Y TABLAS	193
BIBLIOGRAFÍA	195