

Cada año un ciudadano latinoamericano, en promedio, compra menos de un libro, asiste menos de una vez a una sala cinematográfica, adquiere medio disco compacto por el circuito legal y compra un diario sólo en diez ocasiones. La conexión a Internet en la región no alcanza a diez por ciento de la población. En cambio, el ciudadano latinoamericano accede cotidianamente a los servicios de la televisión abierta y la radio.

Los bajos niveles de acceso en América Latina se complementan con una estructura del sector altamente concentrada, en la cual las cuatro primeras firmas de cada mercado dominan (promedio regional) más de setenta por ciento de la facturación y de la audiencia.

El presente libro sintetiza los resultados de la primera investigación sobre la estructura y sobre los indicadores de concentración de las industrias culturales y las telecomunicaciones en Argentina, Bolivia, Brasil, Chile, Colombia, Ecuador, México, Perú, Uruguay y Venezuela. El desarrollo de este estudio, que organizó el Instituto Prensa y Sociedad (IPyS), ha contado con la participación de un destacado grupo de periodistas y académicos en la recopilación de datos y en la discusión de los informes parciales de cada país. Estos resultados contribuyen al necesario debate sobre el pluralismo y la diversidad de opiniones en los países latinoamericanos en un contexto inédito de diseminación de infraestructuras de información y comunicación.

# Índice

Introducción .....	27
Marco Teórico y Metodológico .....	37
Argentina .....	77
Bolivia .....	107
Brasil .....	121
Chile .....	149
Colombia .....	171
México .....	197
Perú .....	221
Uruguay .....	241
Venezuela .....	271
Conclusiones .....	291
Referencias .....	327