

CONCENTRACIÓN DE MEDIOS Y DERECHO A LA INFORMACIÓN EN EL PERÚ

**“MEDIA CONCENTRATION AND RIGHT
TO INFORMATION IN PERU”**

Roberto Marcos Mejía Alarcón
Maestro en Ciencias de la
Comunicación con mención en
Comunicación para el Desarrollo
y doctor en Sociología, por la
Universidad Inca Garcilaso de la
Vega.

Cluber Fernando Aliaga Lodtmann
Maestro en Desarrollo y Defensa
Nacional por la Escuela de Altos
Estudios Nacionales, Doctor en
Derecho por la Universidad Inca
Garcilaso de la Vega

RESUMEN

El avance de las tecnologías de la información y comunicación viene impulsando la comunicación a dimensiones sin precedentes. Nos podemos comunicar en tiempo real casi desde cualquier punto del planeta. Sin embargo, las empresas que la hacen posible son pocas. ¿Estamos frente a una mega concentración de medios de carácter global?

El derecho a la información, visto como derecho humano y fundamental, en teoría es igual para todos, pero en la realidad es accesible plenamente solo para los que cuentan con acceso libre y permanente a los medios de comunicación masiva, o tienen la influencia o poder para hacerlo.

Los medios de comunicación social, como aquellos vehículos o canales que hacen posible ejercer de mejor manera nuestro derecho humano a opinar, expresar el pensamiento, comunicar lo que deseamos a nuestros semejantes y recibir las informaciones que sean de nuestro interés, son detentadores de un servicio público, muy necesario y vinculado con el pleno goce y ejercicio de derechos fundamentales. La relación de ambos en los momentos actuales es materia de este artículo.

Palabras clave: Concentración de medios, Acceso a la Información. Tecnología de la Información. Derecho de la Información. Libertad de Expresión. Pluralismo Informativo.

ABSTRACT

The advancement of information and communication technologies is driven to unprecedented dimensions. We can communicate in real time almost from any point of the planet. However,

the companies that make it possible are few. Are we facing a mega concentration of global-level media?

The right to information, seen as a human and fundamental right, in theory equal for all, but in reality, fully accessible only to those who have free and permanent access to the mass media, or have the influence or power to do what.

The social communication media, like those vehicles or channels that make it possible to exercise in a better way, our human right to have an opinion, express our thoughts, communicate what we want to our fellowmen and receive the information that is of our interest, are holders of a public service, very necessary and linked to the full enjoyment and exercise of fundamental rights. The relationship of both in the current moments, is the subject of this article.

Keywords: Media concentration, Access to Information. Information Technology Right of Information. Freedom of expression. Informative Pluralism.

1. Introducción

El presente artículo aborda un tema que tiene mucha importancia para el desarrollo de la sociedad peruana en general, se trata de la relación entre la concentración de la propiedad privada de los medios de comunicación social y el adecuado ejercicio del derecho a la información en la actualidad. (2017-2018).

Las conclusiones a las que se arribaron, luego del análisis de los datos que comprendió el estudio, servirán a todos los actores, para una mejor toma de decisiones al respecto y la delineación de políticas públicas y reformas normativas en materia de derecho a la información y concentración de la propiedad privada de los medios.

2. Desarrollo de la investigación

2.1 Derecho a la información como derecho humano

El derecho a la información fue reconocido como derecho humano el 10 de diciembre de 1948, con la Declaración Universal de los Derechos Humanos: artículo 19° "Todo individuo tiene derecho a la libertad de expresión y de opinión; este derecho incluye el de no ser molestado a causa de sus opiniones, el de investigar y recibir informaciones y opiniones, y el de difundirlas, sin limitación de fronteras, por cualquier medio de expresión". Naciones Unidas (1948)

Estos derechos involucran la necesidad de acceso real a los medios de difusión, lo cual

no siempre es posible, por razones obvias. Asimismo, hemos vencido las limitaciones naturales que tenemos a través de las nuevas tecnologías de la información y comunicación, para comunicarnos más y a mayores distancias; sin embargo, estas no están al alcance de todos, y tienen todavía ciertas restricciones de cobertura y de llegada. Podemos comunicarnos con amigos, el entorno familiar, laboral, pero la audiencia de la población en pleno es accesible solo a pocos, que tienen el control de los medios de comunicación social, quienes al final son los únicos que pueden ejercer este derecho a plenitud.

La evolución del derecho a la información se inició con el derecho a la libertad de opinión, que era necesario en la época en que podíamos comunicarnos solo de manera interpersonal; luego, en la época de la sociedad burguesa, para atender la necesidad de información de grandes concentraciones humanas, pasó a establecerse el derecho a buscar, recibir e impartir información, Fierro (2000). Hoy, en la época de la "sociedad de la información", tenemos nuevos desafíos, como hacer posible la democracia directa, el voto electrónico; en resumen, el encausamiento de las nuevas tecnologías en pro del desarrollo humano; pero también a prestar atención a los problemas colaterales que puedan limitar las oportunidades de acceso a las informaciones, por parte de toda la población mundial, la vigilancia o supervisión de la calidad de las mismas, la protección de los usuarios de los sistemas y medios de comuni-

cación y la protección de datos personales, familiares y otros.

En la actualidad, estar adecuadamente informado es vital para la correcta toma de decisiones; por ello el derecho a la información debe establecer garantías que aseguren los beneficios que la población mundial espera de ella, se tiene que limitar sus riesgos y establecer sanciones para los que dolosamente hagan mal uso de ella.

El derecho a la información demanda también el compromiso de todas las nacionales, para garantizar que la gestión de la información pública o de interés social sea con sujeción a la verdad, plural y diversa; se evite los monopolios u oligopolios informativos en todos los niveles (global, regional, nacional y local). Se hace necesario, en pro del bien común y la garantía del pleno ejercicio de los derechos humanos, la regulación adecuada de las grandes empresas globales de medios de comunicación como “Google”, “Microsoft”, “YouTube”, y otros.

2.2 Derecho a la información y libertad de expresión

La libertad de expresión es un derecho complejo, no es absoluto y entraña deberes y derechos especiales, así como admite restricciones fijadas por ley. Igualmente, “protege el derecho del orador como el derecho del que escucha”. No siempre es fácil encontrar el equilibrio perfecto entre los derechos a la dignidad, la seguridad y la privacidad. (Mendel y Salomón, 2011).

Sobre la libertad de expresión en las Américas, el Instituto Interamericano de Derechos Humanos, precisa:

“El trabajo de los comunicadores es fundamental para la construcción de la historia y las sociedades. Si se limita la libertad de expresión, se limitan las posibilidades de fiscalización ciudadana y se da cabida a abusos por parte de las autoridades y de la misma sociedad. Sin los beneficios de la libre comunicación no es posible organizarse, agruparse y defender en comunidad los derechos fundamentales”. (Instituto Interamericano de Derechos Humanos, 2003:19).

Entonces, la libertad de expresión, implica la posibilidad real de que las personas den su opinión en libertad, sus puntos de vista, construyendo la opinión pública, los consensos y las discrepancias. Es el motor de la cultura humana.

“El acceso del público a la información debe garantizarse mediante la diversidad de las fuentes y de los medios de información de que disponga, permitiendo así a cada persona verificar la exactitud de los hechos y fundar objetivamente su opinión sobre los acontecimientos. Para ese fin, los periodistas deben tener la libertad de informar y las mayores facilidades posibles de acceso a la información. Igualmente, los medios de comunicación deben responder a las preocupaciones de los pueblos y de los individuos, favoreciendo así la participación del público en la elaboración de la información”. (Fernández-Maldonado, 2010:9).

La Declaración de principios sobre la libertad de expresión, de la Organización de Estados Americanos, precisa:

- 1) “La libertad de expresión, en todas sus formas y manifestaciones, es un derecho fundamental e inalienable, inherente a todas las personas. Es, además, un requisito indispensable para la existencia misma de una sociedad democrática.
- 2) Toda persona tiene el derecho a buscar, recibir y difundir información y opiniones libremente.
- 3) Todas las personas deben contar con igualdad de oportunidades para recibir, buscar e impartir información por cualquier medio de comunicación sin discriminación, por ningún motivo, inclusive los de raza, color, religión, sexo, idioma, opiniones políticas o de cualquier otra índole, origen nacional o social, posición económica, nacimiento o cualquier otra condición social.
- 4) Toda persona tiene el derecho a acceder a la información sobre sí misma o sus

- bienes en forma expedita y no onerosa, ya esté contenida en bases de datos, registros públicos o privados y, en el caso de que fuere necesario, actualizarla, rectificarla y/o enmendarla.
- 5) El acceso a la información en poder del Estado es un derecho fundamental de los individuos. Los Estados están obligados a garantizar el ejercicio de este derecho. Este principio solo admite limitaciones excepcionales que deben estar establecidas previamente por la ley para el caso que exista un peligro real e inminente que amenace la seguridad nacional en sociedades democráticas.
 - 6) La censura previa, interferencia o presión directa o indirecta sobre cualquier expresión, opinión o información difundida a través de cualquier medio de comunicación oral, escrita, artística, visual o electrónica, debe estar prohibida por la ley. Las restricciones en la circulación libre de ideas y opiniones, como también la imposición arbitraria de información y la creación de obstáculos al libre flujo informativo, violan el derecho a la libertad de expresión.
 - 7) Toda persona tiene derecho a comunicar sus opiniones por cualquier medio y forma. La colegiación obligatoria o la exigencia de títulos para el ejercicio de la actividad periodística, constituyen una restricción ilegítima a la libertad de expresión. La actividad periodística debe regirse por conductas éticas, las cuales en ningún caso pueden ser impuestas por los Estados.
 - 8) Condicionamientos previos tales como veracidad, oportunidad o imparcialidad por parte de los Estados son incompatibles con el derecho a la libertad de expresión reconocido en los instrumentos internacionales.
 - 9) Todo comunicador social tiene derecho a la reserva de sus fuentes de información, apuntes y archivos personales y profesionales.
 - 10) El asesinato, secuestro, intimidación, amenaza a los comunicadores sociales, así como la destrucción material de los medios de comunicación, violan los derechos fundamentales de las personas y coarta severamente la libertad de expresión. Es deber de los Estados prevenir e investigar estos hechos, sancionar a sus autores y asegurar a las víctimas una reparación adecuada". OEA CIDH (2000).
- Los derechos en general no son fijos e inamovibles, por el contrario, corresponden a la dinámica del hombre social, se conquistan y descubren cuando se adquieren nuevos conocimientos o se desarrollan nuevas tecnologías, motivo por el cual los derechos están en constante evolución. Por eso, la actitud que debemos tener frente a los derechos humanos es de actualización, enriquecimiento permanente, solo así estaremos alineados con el cambio social que es permanente.
- La libertad de expresión tiene dimensiones complejas y diferentes, por ejemplo en cuanto a la exigencia de veracidad, esta no puede ser exigida en plano de igualdad a un ciudadano cualquiera y a una empresa informativa que debe cumplir ciertas exigencias de calidad. No exigir calidad a esta última, sería permitir el empleo de un poder sin responsabilidad.
- Sin embargo, el concepto mismo de verdad, es complejo y requiere algunas precisiones. La verdad, en su sentido más simple nos da la idea de correspondencia entre lo que se afirma y la realidad. Pero la realidad como la totalidad de lo que existe, tiene dimensiones físicas como metafísicas. Por ello, existe una única verdad, pero solo la encontraremos si buscamos en la dimensión que corresponde y con los criterios apropiados. En el plano físico, con la experimentación y comprobación empírica. En el plano metafísico, con la pura razón.
- La verdad en la información, si es social, económica, jurídica, política, deportiva, etc., tendrá como presupuesto básico, la correspondencia entre lo que se dice y la realidad física, si no es posible su acreditación en este extremo, en la razonabilidad de los argumentos que la explican. En todo caso, habrá que advertir las limitaciones en la comprobación o verificación de la información que se da.

“el sector privado, en nombre de la libertad de expresión, reclamó e impuso en el siglo pasado la menor intervención posible del Estado en los medios masivos. Pero las situaciones cambian y nuevos dilemas éticos y culturales surgen, cuando la influencia de los medios se rige por la lógica financiera y de mercado impuesta a través de los concentrados grupos nacionales o internacionales de la comunicación globalizada” (Tello, 2017:28).

No se puede permitir un medio dominante que oculte o distorsione las informaciones que son de interés para la población, a fin de alcanzar objetivos poco o nada éticos, como promover candidaturas o mantener a alguien en el poder a cambio de favores mercantilistas. No se debe tolerar ganancias deshonestas entre políticos corruptos y dueños de medios de información.

Debemos tener presente que, en la sociedad de masas, el emisor está en plano de superioridad frente al receptor, pudiendo influir con sus ideas y argumentos. El hombre masa, por su parte, asume una actitud pasiva y cómoda, desarrolla una dependencia del informador social, dejando de pensar por sí mismo, para limitarse a repetir lo que dice el emisor; vive en “estado de interpretado”, tiene una “vida inauténtica”. En la sociedad de masas, la mayor parte de la sociedad es pensada, no tiene ni desarrolla pensamiento propio, sus ideas le son dictadas a través de los medios.

Conociendo este fenómeno, se puede entender mejor la necesidad de la existencia de una gran cantidad de medios que aseguren pluralidad y diversidad informativa, con exigencias de calidad en los servicios que brindan a los ciudadanos, por el hechos de estar vinculado con el pleno ejercicio de sus derechos humanos.

2.3 Restricciones a la libertad de expresión

Sobre las leyes orientadas a limitar la libertad de expresión, el Informe Anual de la Comisión Interamericana de Derechos Humanos de la Organización de Estados Americanos, señala:

“La Comisión entiende que el uso de tales poderes para limitar la expresión de ideas se presta al abuso, como medida para acallar ideas y opiniones impopulares, con lo cual se restringe un debate que es fundamental para el funcionamiento eficaz de las instituciones democráticas. Las leyes que penalizan la expresión de ideas que no incitan a la violencia anárquica son incompatibles con la libertad de expresión y pensamiento, consagrada en el artículo 13 y con el propósito fundamental de la Convención Americana de proteger y garantizar la forma pluralista y democrática de vida”. (OEA-CIDH, 1994:223).

El derecho penal peruano, tipifica los delitos contra el honor, como calumnia, injuria, difamación, contra la intimidad personal y familiar y contra la seguridad y defensa nacional, que establece límites y responsabilidades al momento de emitir opinión, expresión o informaciones.

Existe un aparente conflicto entre libertades fundamentales. Con desliz en la forma de contar la noticia, el periodista termina siendo sancionado penalmente. El uso irresponsable de la prensa para dañar la imagen y reputación bien ganada de alguien, tampoco puede quedar impune. Es una situación difícil, que exige razonabilidad, prudencia y ética entre los operadores de la noticia y de la justicia.

La prensa es un poder que, como tal, debe ser usada con responsabilidad y sujeta a controles democráticos, mejor si son desde sus destinatarios. También es una necesidad, que satisface y brinda el pleno ejercicio de derechos fundamentales.

2.4 Actores de la concentración mediática y el adecuado ejercicio del derecho a la información

- 1) Los propietarios de las empresas mediáticas, cuyas decisiones son regidas mayormente por intereses económicos.
- 2) Los periodistas profesionales y no profesionales. Los primeros están

sometidos a un código de ética profesional, y al ejercicio calificado de esta labor. Los otros, deben esforzarse por actuar con corrección.

- 3) El mercado de las empresas mediáticas. Sigue las leyes de la oferta y la demanda, tienden siempre al monopolio, pasando por el oligopolio, en busca de mayores ganancias.
- 4) Los grupos de poder, económico, político, seguido del religioso y militar, buscan generalmente el apoyo de las empresas mediáticas.
- 5) Los gobernantes, que disponen de recursos económicos para la publicidad, así como facultades para otorgar concesiones, bienes, servicios, licencias, cobro de impuestos, etc.
- 6) La población, que son los destinatarios de los mensajes e informaciones, foco de interés de los que detentan el poder, pero al mismo tiempo, soberano, titular del poder popular y de los derechos humanos.

2.5 Concentración mediática

La concentración en los medios, se presenta de manera similar a lo que sucede con empresas comerciales como LATAM, Metro, Sodimac, Ripley, etc., en que pocas empresas dominan un gran sector de actividad o de servicio. Llorens (2001)

La concentración de empresas mediáticas se da por fusión (asociación o absorción) o integración (toda forma de adquisición de propiedad o poder). Van Loon y Lange (1991)

La concentración de empresas mediáticas afecta la libertad económica, política, la gestión empresarial en general; esto, cuando forman parte de conglomerados empresariales y emplean su influencia para obtener ventajas. La información se vende al mejor postor, o se compran los silencios y las líneas editoriales. Tener mayor poder informativo y dominar el mercado generan mayores beneficios económicos a los propietarios y facilitan la transmisión de las ideas políticas y la obtención de adeptos.

Furhoff (1973) llama “espiral de la circulación”, y Rosse (1978), “interdependencia de demanda”, al fenómeno por el cual, a mayor circulación de un periódico mayor es su demanda de publicidad, siendo beneficioso para la concentración pero perjudicial para la pluralidad y diversidad informativa.

Las normas que regulan la competencia, solo tienen influencia en combatir el abuso del poder de mercado, pero no resultan efectivas para garantizar el pluralismo informativo. Las normas que regulan el mercado de los medios son duramente combatidos por los empresarios mediáticos, razón por la que no son populares en los gobiernos latinoamericanos.

Las páginas web: “Ojo Público”, y “Tu derecho a Elegir”, señalan que en el Perú existe Oligopolio en la propiedad de los medios de comunicación, en los siguientes grupos:

- 1) Grupo el Comercio (Administra 9 periódicos, 11 revistas, 3 canales de TV, 16 medios digitales, empresas diversas entre ellas una vinculada a las construcciones).
- 2) Grupo Andina de Televisión (Asociada a Telemundo).
- 3) Grupo Latina (Administra un Canal de TV de señal abierta y digital, así como empresas en otros rubros como Pacífico Seguros, AFP Integra, etc.).
- 4) Instituto de Radio y Televisión del Perú y Empresa Peruana de Servicios Editoriales (Administra radios y TV de señal abierta y digital, así como diarios).
- 5) La República (Administra 3 periódicos y un Canal de TV).
- 6) Corporación Radial del Perú (Administra 11 radios).
- 7) Panamericana Televisión (Administra 3 radios y una radio digital).
- 8) Corporación Universal (Administra 6 radios, 2 diarios y grupos musicales)

como La Caribeña, los 5 de Oro, entre otros negocios).

- 9) Rpp (Administra 9 radios, 2 Canales de TV, páginas web e inmobiliarias).

Citando a Mastrini G, y Loretto Damian, Tello, sostienen que América Latina presenta una gran concentración “en cuatro grandes grupos empresariales (Globo, Cisneros, Clarín, Televisa), los que tienen el 60% de la rentabilidad del sector en el total de los mercados y las audiencias. Así la Globo en Brasil, concentra el 16,2% de los medios impresos, el 56% de la TV abierta y el 44% de la TV paga; Clarín en Argentina, controla el 31% de la circulación de periódicos, el 40.5% de las ganancias en TV abierta y el 23.2% de TV Cable. En México el duopolio (Televisa y TV Azteca, emiten el 98 % de la producción televisiva”. (Tello 2015: 87-88)

2.6 Teleología de la prensa

La verdad, como la afirmación que corresponde a la realidad objetiva e histórica, es el norte de todo profesional de la información y comunicación y de toda empresa mediática seria y responsable. Demanda no solo verificar las informaciones sino señalar las fuentes de donde se obtuvieron.

Una información falsa o inexacta puede ocasionar malas decisiones. Por esta razón, informar a los miembros de una sociedad como empresa o profesional, tiene mucha responsabilidad, y no puede regirse exclusivamente por las “leyes del mercado” o el “libre albedrío de sus propietarios”.

La comunicación es una necesidad humana básica y fundamental, por la naturaleza de ser social del hombre; se concreta a través de esta y es también porque es el medio que emplea para procurar la satisfacción de otras necesidades.

En la sociedad de nuestros tiempos, cada ser humano necesita estar bien informado, en primer lugar por el propio gobierno y todas sus instituciones, sobre los servicios que brindan a la población, las empresas privadas y los profesionales independientes necesitan informar de sus servicios. Las nuevas tecnologías, masifican las informaciones, pero los seres

humanos tenemos limitaciones de tiempo y espacio, razón por la que necesitamos que los profesionales de la información y la comunicación social, y las empresas mediáticas, realicen el esfuerzo de buscar, procesar y, a través de la difusión, hacernos llegar las informaciones que son de vital importancia para nuestros intereses. Los ciudadanos necesitamos, en un mar de fuentes de información, seleccionar nuestro proveedor de información de calidad y sobre todos los aspectos de nuestro interés. Este debe ser el rol del profesional de la información y comunicación y de los medios de comunicación de nuestro tiempo.

2.7 Efectos negativos de la concentración mediática

El poder informativo se mide de manera indirecta, por la cuota de publicidad que tiene una empresa mediática:

“El mayor de dos periódicos competidores se ve favorecido por el proceso de reforzamiento mutuo entre la circulación y la publicidad, dado que una mayor circulación atrae la publicidad, la que a su vez atrae aún más publicidad y más lectores. Inversamente, el más pequeño de los dos periódicos competidores se ve atrapado en un círculo vicioso; su circulación es menos atractiva para los publicistas y pierde lectores si el periódico no contiene una publicidad atractiva”. (Gustafsson, 1978:1).

El reforzamiento mutuo, favorece a las empresas mediáticas más grandes pero sentencia a muerte a las pequeñas. No es sencillo hallar una solución al problema de la concentración de medios, no bastan las leyes del mercado.

Se sabe que la influencia de los medios sobre la población de un país es mayor si esta no interactúa con otros actores sociales como la familia, los espacios educativos, grupos vecinales, de estudio, organizaciones sociales, religiosas y políticas, etc., debido a que se han apoderado de la narrativa del acontecer diario, al extremo de sentenciarse “lo que no sale en los medios no existe”.

Por otro lado, “aunque no son determinantes, los medios influyen en la medida en que

ocupan un espacio que décadas atrás era casi exclusivo de los partidos, constituyéndose en la principal arena de la política". (Acevedo, 2014:144); ya que ahora, los debates y la transmisión de ideas se hacen a través de los medios que permiten ampliar la audiencia a miles o millones de personas.

La concentración o el predominio en el espacio mediático de un conjunto reducido de grupos empresariales cierran las posibilidades de un debate abierto y plural en la principal arena de la democracia de nuestro tiempo, que lo constituyen los medios.

El derecho a la información, opinión, expresión, la libertad de prensa son derechos fundamentales, y por lo tanto no puede quedar en la esfera de las leyes del mercado, por no tratarse de una simple mercancía.

2.8 Marco legal peruano Constitución Política

Promulgada el 29 de diciembre de 1993 y vigente desde el 01 de enero de 1994 hasta la fecha. Establece en su:

"Artículo 2.º, Derechos fundamentales de la persona

Toda persona tiene derecho:

3. A la libertad de conciencia y de religión, en forma individual o asociada. No hay persecución por razón de ideas o creencias. No hay delito de opinión. El ejercicio público de todas las confesiones es libre, siempre que no ofenda la moral ni altere el orden público.
4. A las libertades de información, opinión, expresión y difusión del pensamiento mediante la palabra oral o escrita o la imagen, por cualquier medio de comunicación social, sin previa autorización ni censura ni impedimento alguno, bajo las responsabilidades de ley.
Los delitos cometidos por medio del libro, la prensa y demás medios de comunicación social se tipifican en el Código Penal y se juzgan en el fuero común.
Es delito toda acción que suspende o clausura algún órgano de expresión o le impide circular libremente.

Los derechos de informar y opinar comprenden los de fundar medios de comunicación.

5. A solicitar sin expresión de causa la información que requiera y a recibirla de cualquier entidad pública, en el plazo legal, con el costo que suponga el pedido. Se exceptúan las informaciones que afectan la intimidad personal y las que expresamente se excluyan por ley o por razones de seguridad nacional.
El secreto bancario y la reserva tributaria pueden levantarse a pedido del Juez, del Fiscal de la Nación, o de una comisión investigadora del Congreso con arreglo a ley y siempre que se refieran al caso investigado.
6. A que los servicios informáticos, computarizados o no, públicos o privados, no suministren informaciones que afecten la intimidad personal y familiar.
7. Al honor y a la buena reputación, a la intimidad personal y familiar así como a la voz y a la imagen propias.
Toda persona afectada por afirmaciones inexactas o agraviada en cualquier medio de comunicación social tiene derecho a que éste se rectifique en forma gratuita, inmediata y proporcional, sin perjuicio de las responsabilidades de ley.
10. Al secreto y a la inviolabilidad de sus comunicaciones y documentos privados.
Las comunicaciones, telecomunicaciones o sus instrumentos solo pueden ser abiertos, incautados, interceptados o intervenidos por mandamiento motivado del Juez, con las garantías previstas en la ley. Se guarda secreto de los asuntos ajenos al hecho que motiva su examen.
Los documentos privados obtenidos con violación de este precepto no tienen efecto legal.
Los libros, comprobantes y documentos contables y administrativos están sujetos a inspección o fiscalización de la autoridad competente, de conformidad con la ley. Las acciones que al respecto

se tomen no pueden incluir su sustracción o incautación, salvo por orden judicial.

18. A mantener reserva sobre sus convicciones políticas, filosóficas, religiosas o de cualquiera otra índole, así como a guardar el secreto profesional”.

Análisis jurídico:

La Constitución peruana vigente establece una regulación amplia del Derecho a la Información, que incluye las libertades de información, opinión, expresión y difusión del pensamiento, por cualquier medio; precisando que no existe delito de opinión. También, admite responsabilidades penales, civiles y administrativas por la difusión de informaciones o ideas, cuando estas afectan el honor o la reputación de las personas, o se invade la intimidad personal o familiar, o se afecta la seguridad o defensa nacional.

Existe por lo tanto, la posibilidad de que una opinión a través de los medios de comunicación, sea tomada como una información mal intencionada con implicancias penales.

Sin embargo, no está debidamente regulado el derecho a ser informado de manera adecuada, oportuna e integral sobre todos los aspectos que favorecen o afectan a los intereses de la población. No se establece la obligación al Estado, ni a persona natural o jurídica que administra un medio de comunicación social, para buscar y difundir las informaciones en esos extremos.

La comunicación social a través de la prensa es considerada un poder, en razón de que “solo existe lo que sale en los medios”, y lo que no sale, si es por intereses particulares, puede afectar a muchos. Es un arma que no debe estar en manos de cualquiera, sin el control ciudadano y del Estado en términos democráticos.

“Artículo 61.º, Libre Competencia:

El Estado facilita y vigila la libre competencia. Combate toda práctica que la limite y el abuso de posiciones dominantes o monopolísticas. Ninguna ley ni concertación puede autorizar ni establecer monopolios.

La prensa, la radio, la televisión y los demás medios de expresión y comunicación social; y, en general, las empresas, los bienes y servicios relacionados con la libertad de expresión y de comunicación no pueden ser objeto de exclusividad, monopolio ni acaparamiento, directa ni indirectamente por parte del Estado ni de particulares”.

Análisis jurídico

Se establece de modo general, que no puede existir en el Perú, exclusividad, monopolio ni acaparamiento, en todo lo relativo a los medios de comunicación social. Sin embargo, vemos cómo existe el oligopolio, la concentración de varios tipos de medios (radial, televisado, internet, diarios) en algunos grupos empresariales. Existe concentración en los oligopolios, que directamente no están prohibidos. El acaparamiento, solo opera para las señales de radio y televisión de señal abierta.

La libre competencia que promueve el Estado, va en sentido contrario a la pluralidad y diversidad, ya que la lógica de cualquier empresa es alcanzar el monopolio, si está prohibida, quedarse en el oligopolio, pero con los mismos fines. Desaparecer a la competencia y dominar el mercado para obtener las mayores ganancias posibles. Tratándose de medios de comunicación, no solo se logra riqueza económica, sino también poder político, porque el discurso y la propaganda política, así como la construcción o destrucción de líderes sociales se da en esta arena.

Código Penal

(Decreto Legislativo N.º 635 de 03 de abril de 1991)

Capítulo VIII, Violación de la Libertad de Expresión

“Artículo 169.- El funcionario público que, abusando de su cargo, suspende o clausura algún medio de comunicación social o impide su circulación o difusión, será reprimido con pena privativa de libertad no menor de tres ni mayor de seis años e inhabilitación conforme al artículo 36, incisos 1 y 2”.

Ley N° 28278

(Ley de Radio y Televisión de 15 de julio de 2004)

“Artículo 1.º.- El acceso a los servicios de radiodifusión se rige por los siguientes principios: a) Libre competencia.- Los servicios de radiodifusión se prestan en un régimen de libre competencia. Está prohibida cualquier forma directa o indirecta de exclusividad, monopolio o acaparamiento de frecuencias del espectro radioeléctrico, por parte del Estado o de particulares.

Artículo 22.º.- La radio y la televisión no pueden ser objeto de exclusividad, monopolio ni acaparamiento, directa ni indirectamente por parte del Estado ni de particulares.

Se considera acaparamiento para efectos de la presente ley el que una persona natural o jurídica, son titulares de más del treinta por ciento (30%) de las frecuencias disponibles técnicamente, asignadas o no, en una misma banda de frecuencia dentro de una misma localidad, para la radiodifusión televisiva y veinte por ciento (20%) para la radiodifusión sonora.

Para efectos del cómputo del número de frecuencias, se considera como una sola persona, a dos o más personas jurídicas que tengan como accionista, asociado, director o gerente común a una misma persona natural o pariente de esta dentro del segundo grado de consanguinidad”.

Análisis jurídico:

Se ha fijado como límites máximos para considerarse como acaparamiento, el 30% de las señales de Televisión y el 20% de las señales de radio en propiedad de persona natural o jurídica. El porcentaje fijado parece arbitrario, pero aceptable para nuestra realidad, quizá lo más saludable habría sido fijar la cuota del 20% para ambos casos, que permitiría una mayor pluralidad y limitar el dominio en el mercado, que la mayoría lo percibe como negativa en el caso de medios de comunicación.

Decreto Legislativo N.º 701

(Elimina las prácticas monopólicas, controlistas y restrictivas de la libre competencia, del 05 de noviembre de 1991)

“Artículo 1.º.- La presente ley tiene por objeto eliminar las prácticas monopólicas, controlistas y restrictivas de la libre competencia en la producción y comercialización de bienes y en la prestación de servicios, permitiendo que la libre iniciativa privada se desenvuelva procurando el mayor beneficio de los usuarios y consumidores”.

Análisis jurídico:

Las regulaciones antimonopólicas, se orientan a las actividades empresariales en general, sin regular de manera especial el poder de los medios. No solo se trata del derecho de la libertad de empresa, o de inversión; sino de un poder que puede colocar o sacar gobernantes, que puede estar vinculada con consorcios empresariales y agrupaciones políticas, que terminarán orientando los recursos públicos a determinados grupos económicos, como lo muestra el caso “Odebrecht”.

No podemos entender a los medios, como cualquier empresa, son empresas detentadoras del poder de la información, y se debe procurar la calidad de las mismas.

3. Conclusiones

- 1) Los datos analizados y las informaciones evaluadas en el presente estudio evidencian que la concentración de la propiedad de los medios de comunicación en el Perú se viene dando de manera similar a lo que ocurre con las empresas comerciales y de servicios, es decir, a través de procesos de absorción, asociación o integración de la propiedad, y de manera especial a través de la obtención de poder informativo, las que se presentan en este país en un alto nivel. Se distinguen claramente varios grupos empresariales que concentran la propiedad de los medios de comunicación y evidencian la existencia de oligopolio informativo.

- 2) Podemos afirmar que el Derecho a la Información en el Perú, está regulado en la misma dimensión de lo que establecen los tratados de derechos humanos que la comprenden, abarcando las libertades de expresión, opinión, información y de prensa; sin embargo, registran un bajo nivel de cumplimiento. Lo que quiere decir que entre la concentración de la propiedad privada de los medios de prensa en el Perú y el adecuado ejercicio del Derecho a la Información, existe una relación inversa fuerte.
- 3) Consideramos que falta ampliar la cobertura de protección y vigencia de los derechos humanos que comprende el derecho a la información, a nivel internacional y nacional, en el extremo de establecer la obligación que deben asumir todos los Estados del mundo, así como las personas naturales y jurídicas que se dedican a la actividad de brindar información al público, como actividad comercial o profesional, de procurar y brindar la información que sea de interés para todos los pobladores a los que se dirija, procurando que sea veraz, diversa y plural. En razón de que la actividad informativa constituye un poder y está orientada a satisfacer derechos fundamentales, por la cual no puede estar sujeta solo a las leyes del mercado o libre competencia.

Referencias bibliográficas

- Acevedo, J (2014). Libertad de expresión y empresa. La concentración en debate. Más a la derecha Comandante. En Perú Hoy N° 25 (pp. 133-158). Lima, DESCO.
- Becerra, M y Matrini, G. (2007). *La concentración de medios*. Consultado en enero de 2018, disponible en: <https://ferrusca.files.wordpress.com/2014/03/becerra-matrini.pdf>
- Berganza, M y Chaparro, M (2012). El rigor en la prensa: principales características y diferencias en el uso de las fuentes en los periódicos gratuitos y de pago. Consultado en enero de 2018, disponible en: <file:///C:/>

[Users/Cluver%20Aliaga/Downloads/6552-24214-1-PB%20\(2\).pdf](Users/Cluver%20Aliaga/Downloads/6552-24214-1-PB%20(2).pdf)

Fernández-Maldonado, G. (2010). *Declaración Conjunta del Décimo Aniversario: Diez Desafíos Claves para la Libertad de Expresión en la Próxima Década*, 2 de febrero, Washington-USA. Consultado en enero de 2018. Disponible en: <http://www.oas.org/es/cidh/expresion/showarticle.asp?artID=784&IID=2>

Fierro Alvidrez F. (2000). El derecho y la libertad de expresión en México, debates y reflexiones. *Revista Latina de Comunicación Social*. Consultado en enero de 2018, disponible en: <http://www.ull.es/publicaciones/latina/04fierro.htm>

González, R. M. (2011). Por qué debemos proteger la libertad de expresión. UNESCO, Quito.

Instituto Interamericano de Derechos Humanos. (2003). *Libertad de expresión en las Américas. Los cinco primeros informes de la Relatoría para la Libertad de Expresión/Instituto Interamericano de Derechos Humanos*, Instituto Interamericano de Derechos Humanos, Santo José, Costa Rica. Consultado el 14 de enero de 2018 en el sitio web: <https://www.oas.org/es/cidh/expresion/docs/publicaciones/libertad-de-expresion-en-las-americas-2003.pdf>

Llorens, C. (2001). *Concentración de empresas de comunicación y el pluralismo: la acción de la Unión Europea*, tesis doctoral Universidad Autónoma de Barcelona. Consultado en: <http://www.tesisenred.net/handle/10803/4095>

Matrini, G y Becerra, M (2009). *Los monopolios de la verdad. Descifrando la estructura y concentración de los medios en Centroamérica y República Dominicana*. Buenos Aires – Argentina. Prometeo libros.

Mejía, R. (2001) *Historia del periodismo*. Lima –Perú. Fondo Editorial de la Escuela de periodismo Jaime Bausate y Meza.

Mendel, T. y Salomon, E. (2011). "Freedom of Expression and Broadcasting Regulation". *CI*

- Debates Series*, No. 8- febrero, UNESCO. Consultado en enero de 2018, disponible en: <http://unesdoc.unesco.org/images/0019/001916/191623e.pdf>
- Naciones unidas (1948). La declaración universal de los derechos humanos. Consultado en febrero de 2018, disponible en: <http://www.un.org/es/universal-declaration-human-rights/>
- Organización Mundial de la Salud (OMS) (2007). El derecho a la salud, Nota descriptiva No323. Ginebra: OMS; 2007. Consultado en enero de 2018, disponible en: <http://www.who.int/mediacentre/factsheets/fs323/es/index.html>
- OEA Comisión Interamericana de Derechos Humanos (2000). Declaración de principios de la libertad de expresión. Consultado el 12 de enero de 2018 en el sitio web: <https://www.cidh.oas.org/basicos/basicos13.htm>
- OEA - Informe Anual de la Comisión Interamericana de Derechos Humanos (1994), OEA, No.88, 17 febrero. Consultado en el sitio web: <https://www.cidh.oas.org/annualrep/94span/indice.htm>
- Ojo público. Reporteros sin Fronteras. Concentración. Recuperado el 22 de enero de 2018 en <https://peru.mom-rsf.org/es/hallazgos/concentracion/#c4202>
- Soler, S. (1985). "Justicia Penal y Libertad de Prensa". Corte Interamericana de Derechos Humanos, Opinión Consultiva Oc-5185, 13 de noviembre, No.70
- Tello, María del Pilar (2017) La industria de la conciencia. El poder de la sociedad y los medios. Lima - Perú. Fondo Editorial del Congreso de la República.
- Tello, María del Pilar (2016) El poder y las sombras. Hacia el equilibrio político mediático. Lima - Perú. Fondo Editorial del Congreso.
- Tello, María del Pilar (2015) El poder de la información. Lima - Perú. Editorial universitaria.
- Torres, A (2014) ¿Concentración? Lo que se viene es la gran dispersión. Recuperado el 13 de octubre de 2017, en El Comercio: <http://archivo.elcomercio.pe/amp/politica/opinion-concentracion-de-medios-el-comercio-epensa-correo-dispersion-noticias-1704401>
- Tu derecho a elegir. Quién es el Grupo La República. Recuperado el 22 de enero de 2018 en <http://tuderechoaelegir.pe/quienes-el-grupo-la-republica>
- Van Loon, A. y Lange, A. (1991). "Concentración multimedia. La reglamentación actual en Europa", *Telos* No.25, marzo-mayo. Pág. 28. Consultado en: http://www.quaderndigitals.net/datos/hemeroteca/r_32/nr_352/a_4553/4553.html

Normas Legales

Ley Orgánica del Poder Judicial. (1993). TEXTO UNICO ORDENADO DE LA LEY ORGANICA DEL PODER JUDICIAL. Decreto Supremo N° 017-93-JUS. Lima - Perú (Fecha de Publicación: 3 de junio de 1993). Consultado en febrero de 2018, disponible en: <http://ocma.pj.gob.pe/contenido/normas/lopl.pdf>

Constitución Política del Perú (1993). Consultado en febrero de 2018, disponible en: <http://www4.congreso.gob.pe/ntley/Imagenes/Constitu/Cons1993.pdf>

Código Penal Peruano (1991). Consultado en febrero de 2018, disponible en: http://spij.minjus.gob.pe/content/publicaciones_oficiales/img/CODIGOPENAL.pdf

Ley N° 28278 Ley de Radio y Televisión (2004). Consultado en febrero de 2018, disponible en: http://transparencia.mtc.gob.pe/idm_docs/normas_legales/1_0_3537.pdf

Decreto Legislativo N° 701 - INDECOPI (1991). Consultado en febrero de 2018, disponible en: <https://www.indecopi.gob.pe/documents/51771/196578/dl701.pdf/e179e02c-be5e-4bc4-acf6-a3d2f721e7bb>