



**FACULTAD DE DERECHO Y CIENCIA POLÍTICA
ESCUELA PROFESIONAL DE DERECHO**

TESIS

**“MECANISMOS RESTRICTIVOS PARA LA CONCENTRACIÓN DE MEDIOS DE
COMUNICACIÓN Y EL DERECHO A LA INFORMACIÓN DE LOS
CIUDADANOS, LIMA. 2016”**

PRESENTADO POR:

BACH. MARISELA LOURDES ESPINOZA GONZALES

ASESORES:

Mg. Walter Oswaldo Guerrero Carbonel

Asesor temático

Dr. Godofredo Jorge Calla Colana

Asesor metodológico

PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE ABOGADO

**LIMA – PERÚ
2017**



FACULTAD DE DERECHO Y CIENCIA POLITICA
ESCUELA PROFESIONAL DE DERECHO

DICTAMEN DE EXPEDITO DE TESIS N° 020-T- 2017-OIYPS-FDYCP-UAP

Visto, el Oficio N° 065-2017-OGYT-FDYCP-UAP, de fecha 21.04.2017 de la Oficina de Grados y Títulos, en el que se solicita la revisión final de trabajo de Investigación presentado por la bachiller **MARISELA LOURDES ESPINOZA GONZALES**, a fin que se declare expedito para sustentar la tesis titulada "**MECANISMOS RESTRICTIVOS PARA LA CONCENTRACIÓN Y EL DERECHO A LA INFORMACIÓN DE LOS CIUDADANOS, LIMA, 2016**"

CONSIDERANDO

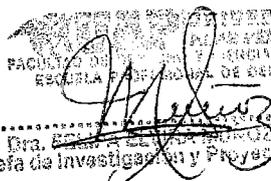
Que, las disposiciones normativas relacionadas con las funciones de la Oficina de Investigación de la Escuela Profesional de Derecho de la Facultad de Derecho y Ciencia Política de la Universidad Alas Peruanas, comprenden el Reglamento de Investigación Científica aprobado por Resolución N° 904-2000 de fecha 15/09/2000) y el Reglamento de Grados y títulos aprobado por Resolución N° 991-2001de fecha 25/07/2001).

Que, de la revisión de la tesis, se aprecia que ésta cuenta con el informe del asesor metodólogo Dr. Godofredo Jorge Calla Colana, de fecha 19 de abril del 2017, y el informe del asesor temático Mg. Walter Oswaldo Guerrero Carbonel, de fecha 18 de abril del 2017, informes que señalan que la tesis ha sido desarrollada conforme a las exigencias requeridas para el trabajo de investigación correspondiente al aspecto temático y procedimiento metodológico.

DICTAMEN

Atendiendo a estas consideraciones y al pedido de la bachiller **MARISELA LOURDES ESPINOZA GONZALES**, esta Jefatura **DECLARA EXPEDITA LA TESIS**; titulada; "**MECANISMOS RESTRICTIVOS PARA LA CONCENTRACIÓN Y EL DERECHO A LA INFORMACIÓN DE LOS CIUDADANOS, LIMA, 2016**" debiendo la interesada continuar y cumplir con el proceso y procedimiento para que se le programe el examen oral de sustentación de Tesis.

La Victoria, 21 de abril del 2017


FACULTAD DE DERECHO Y CIENCIA POLITICA
ESCUELA PROFESIONAL DE DERECHO
Dra. Rosa Elena Rodríguez Cuzco
Jefa de Investigación y Proyección Social

INFORME N° 002-WOGC-T-2017

AL : **Dr. Ricardo Alfredo Díaz Bazán Ph.d**
Decano de la Facultad de Derecho y Ciencia Política

DE : **Mg. Walter Oswaldo Guerrero Carbonel**
Docente Asesor
Código N° 002007

REFERENCIA: Resolución Decanal N° 1056-2017-FDYCP-UAP

ASUNTO : Asesoría Temática: Tesis

BACHILLER : **MARISELA LOURDES ESPINOZA GONZALES**
**Título: “MECANISMOS RESTRICTIVOS PARA LA
CONCENTRACION DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y EL
DERECHO A LA INFORMACIÓN DE LOS CIUDADANOS, LIMA
2016”**

FECHA : 18 de abril de 2017

Tengo el agrado de dirigirme a Usted, en atención al asunto de la referencia, para hacer de su conocimiento el presente informe, la evaluación de los aspectos de forma y fondo:

1. DE LOS ASPECTOS DE FORMA

Se ha considerado la **Resolución Vicerrectoral N° 2342-2013-VIPG-UAP**, que regula la estructura del proyecto de Tesis, la estructura de la Tesis, y que hace referencia a las **normas del APA**.

2. DE LOS ASPECTOS DE FONDO

TÍTULO DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

Con relación al título del tema de investigación, se advierte que tiene como propósito determinar algunos mecanismos restrictivos para la concentración de medios de comunicación y garantizar de alguna manera el derecho a la información de los ciudadanos, toda vez, que la concentración de medios genera mal uso de información por intereses de diferentes índole, por ello consideramos que es vital establecer límites a esos poder del mercado que ejercen de alguna manera que ejercen algunos medios de comunicación.

CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Descripción de la realidad problemática¹

¹ Es necesario argumentar cada aspecto del trabajo de investigación desarrollado por el bachiller, toda vez que es publicado en el Repositorio Institucional, incluyendo los informes de los asesores.

De la Tesis se indica que el monopolio y acaparamiento de medios es un tema que se reproduce cada cierto tiempo con nuevas posturas y discusiones. Es innegable que hay intereses particulares con el propósito de tener mayor presencia el público o si se prefiere llamarlos así, consumidores.

Justificación e importancia de la investigación

Justificación Teórica: La presente Tesis ha considerado diversas fuentes de información expuestas en el marco teórico, que han permitido el sostenimiento de la presente investigación, plantear los supuestos de la investigación enmarcados en conocimientos dados y nuevos resultados de la interpretación de las teorías, y con ello, los supuestos pueden generar controversias, discusiones.

Justificación Práctica: Busca que no exista manipulación en la información porque como consumidores de servicios merecemos información coherente y real.

Justificación Legal: Esta investigación se sostiene en un marco legal, como son: Constitución Política del Estado de 1993; Ley de Defensa de la Competencia.

Importancia: Persigue adecuar medidas para evitar la concentración de medios de comunicación a efectos de evitar el monopolio de la información.

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

Antecedente de la Investigación:

Esta investigación, para su elaboración se ha remitido a diversas Tesis que lo anteceden y que guardan relación con el presente trabajo resultando compatibles con los objetivos que se tienen señalados en ésta, considerándose tanto las investigaciones nacionales o internacionales. tales: (Pérez Serrano, 2006) En su Tesis titulada "La concentración de medios en España: Análisis de casos relevantes en radio, prensa y televisión"; (Humán Flores & Becerra Gómez, 2014) En su Tesis titulada " Debate sobre la concentración de medios en el Perú: el caso de la fusión del Grupo El Comercio con el Grupo Epenza"; (Dodds Berger, 2011) " La libertad de expresión y el derecho a la información son una de las más grandes victorias de la humanidad en el siglo XX.

Bases Teóricas

Las Bases Teóricas son los fundamentos que sirven de sustento a ésta investigación, sobre las cuales se ha elaborado todo el trabajo. Por consiguiente, la Bachiller **MARISELA LOURDES ESPINOZA GONZALES** en la elaboración de su Tesis se ha remitido a diversas fuentes doctrinarias y trabajos de investigación que anteceden y están relacionadas al tema, con el fin de obtener una base teórica que constituya la base sobre la cual se ha estructurado el análisis de los resultados obtenidos en éste trabajo.

Bases Legales

Tiene consignadas las Bases Legales, que constituyen las normas a las que se ha remitido para el desarrollo de ésta investigación; señalándose: La Constitución Política de 1993; Directiva N° 001-2014-TRI-INDECOPI; Decreto Legislativo N° 1044 "Ley de Represión de la Competencia Desleal" Directiva N° 005-2010/DIRCOD-INDECOPI.

Definición de Términos Básicos

La presente Tesis, en su elaboración está consignando determinados términos básicos, los mismos que se encuentran en el extremo final del Marco Teórico, observándose que éstos han sido tomados en cuenta en la elaboración de éste trabajo de investigación, para una mayor claridad en su estructura.

CAPÍTULO III: PRESENTACION, ANALISIS E INTERPRETACION DE RESULTADOS

Análisis e Interpretación de resultados. Es de advertirse, que en éste trabajo se han considerado las preguntas con sus correspondientes respuestas de los entrevistados que se tiene señalados, consignando su análisis e interpretación, remitiéndose a la tabulación respectiva contenida en los cuadros.

Discusión de Resultados. Se aprecia que habiéndose consignado la discusión, ésta refleja una legitimación de la investigación conforme se aprecia de las respuestas de los entrevistados, quienes expresan su conformidad en la propuesta contenida en éste trabajo de investigación.

Conclusiones. Se ha cumplido en consignar las conclusiones que son el reflejo a lo cual concluye la presente investigación cualitativa, frente a los resultados obtenidos de las preguntas y correspondientes respuestas de los entrevistados.

Recomendaciones. Se ha cumplido con indicar las recomendaciones para evitar el monopolio y acaparamiento, directa ni indirecta por parte del Estado ni de particulares, garantizando el derecho a la libertad de información, como principio constitucional.

Fuentes de información. Esta investigación, si está aplicando las normas del APA.

CONCLUSIÓN

Conforme a lo expuesto, habiéndose cumplido con las sesiones de asesoría del **aspecto temático** estimo que la bachiller MARISELA LOURDES ESPINOZA GONZALES ha elaborado **la tesis** conforme a las exigencias señaladas por la FDYCP - UAP; encontrándose concluida y apta para su sustentación.

Atentamente,



Magr. Walter Oswaldo Guerrero Carbonel
Asesor Temático.

INFORME N° 002-GJCC-T-2017

AL : Dr. Ricardo Alfredo Díaz Bazán PhD
Decano de la Facultad de Derecho y Ciencia Política

DE : DR. CALLA COLANA GODOFREDO JORGE
Docente Asesor
Código N° 041540

REFERENCIA: Resolución Decanal N°1056-2017-FDYCP-UAP

ASUNTO : Asesoría metodológica: Tesis

BACHILLER : BACH. MARISELA LOURDES ESPINOZA GONZALES
MECANISMOS RESTRICTIVOS PARA LA CONCENTRACIÓN DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y EL DERECHO A LA INFORMACIÓN DE LOS CIUDADANOS, LIMA. 2016

FECHA : 19 de abril de 2017

Tengo el agrado de dirigirme a Usted, con relación a la referencia, a fin de hacer de vuestro conocimiento el presente informe, la evaluación de los aspectos de forma y fondo:

1. DE LOS ASPECTOS DE FORMA

Se ha considerado la **Resolución Vicerrectoral N° 2342-2013-VIPG-UAP**, que regula la estructura del proyecto de Tesis, la estructura de la Tesis, y que hace referencia a las **normas del APA**.

2. DE LOS ASPECTOS DE FONDO

TÍTULO DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

Con relación al título del tema de investigación consideramos que cumple los estándares y el rigor científico. Su formulación es de mucha importancia, es así que *MECANISMOS RESTRICTIVOS PARA LA CONCENTRACIÓN DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y EL DERECHO A LA INFORMACIÓN DE LOS CIUDADANOS, LIMA. 2016* interesa estudiar al estudiante ya que es una referencia actual y palpitante. Esto ha implicado aportar información requerida del problema planteado y del contenido de la tesis.

DEL CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

– Descripción de la realidad problemática

La descripción de la realidad cumple con analizar la problemática a partir del acopio y análisis de datos, de fuentes directas de la realidad. Se ha utilizado textos, revistas científicas y periódicos, como fuentes directas de consultas para postular su propia teoría. Se puede opinar favorablemente que la realidad problemática está bien planteada.

– Delimitación de la Investigación

La investigación se ubica correctamente en el contexto de la realidad, cuando consigna que: La concentración de información se ha entendido a partir del análisis e interpretación del marco legal vigente, el estudio de la doctrina nacional e internacional.

– **Problemas de la Investigación**

La teoría científica es el resultado de la investigación científica. Consiste en ampliar el conocimiento de la teoría del problema o evento de investigación.

– **Objetivos de la Investigación**

Tenemos que el objetivo general es: Determinar mecanismos restrictivos para concentración de medios de comunicación garantizarán el derecho a la información de los ciudadanos. Y específicos son: Establecer que límites al poder del mercado informativo garantizarán el derecho a la información de los ciudadanos, y Establecer que la contrastación del contenido de noticias y comentarios que pueden dar indicios de concentración de comunicación por autoridad especializada garantizará el derecho a la información de los ciudadanos. Se deduce que están bien planteados y sobre todo tienen relación lógica directa con los problemas.

– **Supuestos, Categorías y subcategorías**

Supuesto: Mecanismos restrictivos para concentración de medios de comunicación garantizarían el derecho a la información de los ciudadanos. Cumple con ser un postulado o un supuesto de la investigación

Supuestos secundarios: Límites al poder del mercado informativo garantizarían el derecho a la información de los ciudadanos y La contrastación del contenido de noticias y comentarios que pueden dar indicios de concentración de comunicación por autoridad especializada garantizaría el derecho a la información de los ciudadanos.

En cuanto a la categoría y subcategorías si están muy bien puntualizados y están bien planteados en la investigación, cuyo enfoque es cualitativo.

– **Metodología de la investigación**

Se plantea una investigación cualitativa cuyo método es el inductivo, el tipo es básica, diseño no experimental. La investigación implica entrevista a dos peritos de la materia planteada.

- **Justificación e importancia de la investigación**

Es importante esta investigación por ser un tema que los alumnos de Derecho y Ciencia Política de la Universidad Alas Peruanas están aptos en analizar, *MECANISMOS RESTRICTIVOS PARA LA CONCENTRACIÓN DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y EL DERECHO A LA INFORMACIÓN DE LOS CIUDADANOS, LIMA. 2016* se justifica esta investigación no solo porque recolecta información y ampliar el conocimiento científico del problema planteado sino porque es un aporte académico para toda aquella persona que quiera estudiar este tema.

EL CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

– Antecedente de la Investigación

Si se consignan los trabajos de investigación que preceden no solo a nivel nacional sino también a nivel internacional, siendo relevantes dichas investigaciones. Es decir, son los trabajos de investigación realizados y relacionados con *MECANISMOS RESTRICTIVOS PARA LA CONCENTRACIÓN DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y EL DERECHO A LA INFORMACIÓN DE LOS CIUDADANOS, LIMA. 2016.*

– Bases Teóricas

Las bases teóricas de la investigación *MECANISMOS RESTRICTIVOS PARA LA CONCENTRACIÓN DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y EL DERECHO A LA INFORMACIÓN DE LOS CIUDADANOS, LIMA. 2016.* Si consigna teoría científica sobre la cual se ha desarrollado el análisis de los resultados obtenidos en el trabajo.

Esta tesis *MECANISMOS RESTRICTIVOS PARA LA CONCENTRACIÓN DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y EL DERECHO A LA INFORMACIÓN DE LOS CIUDADANOS, LIMA. 2016,* puede dar curso de nuevas teorías y reformar la existente. Todo ello está en responsabilidad de la Bachiller MARISELA LOURDES ESPINOZA GONZALES, si quiere profundizar la meritocracia académica.

– Bases Legales

Existen las bases legales en el desarrollo de la investigación, apareciendo la Constitución Política de 1993 y otras normas necesarias en esta tesis del bachiller MARISELA LOURDES ESPINOZA GONZALES.

– Definición de Términos Básicos

En cuanto se refiere a los términos básicos en esta investigación que sobrepasan el número 10, que es el número requerido en las exigencias de la investigación.

DEL CAPÍTULO III: PRESENTACIÓN, ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

– Análisis e interpretación de resultados

Está consignado las preguntas con las respectivas respuestas de la persona indicada para esta entrevista, las preguntas son abiertas de los respectivos entrevistados.

– Discusión de Resultados

La discusión de resultados se legitima con la entrevista.

– Conclusiones

En cuanto se refiere a las conclusiones, si existen y están bien planteadas reflejando correctamente la investigación.

– Recomendaciones

Están consignadas las 3 recomendaciones que hace esta investigación.

– Fuentes de información (APA)

Se denota que se utiliza correctamente APA en la investigación

ANEXOS

-Matriz de Consistencia

Si se consigna la matriz está adherida al última parte de la investigación.

-Instrumentos

Si están consignados los instrumentos y las preguntas abiertas están bien planteadas.

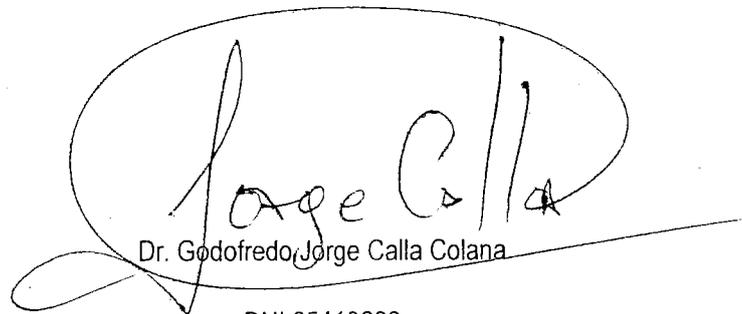
Validación de instrumento por expertos

Se encuentran las validaciones respectivas de los instrumentos por peritos de la especialización.

CONCLUSIÓN

Por tanto, habiéndose cumplido con las sesiones de asesoramiento correspondiente al **aspecto metodológico** considero que el bachiller MARISELA LOURDES ESPINOZA GONZALES ha realizado **la tesis** conforme las exigencias establecidas por la Facultad, para su preparación y elaboración; el mismo que está concluido y listo para ser sustentado.

Atentamente,



Dr. Godofredo Jorge Calla Colana

DNI 25413288

Celular 950909327

Godofredo J. Calla Colana
DOCTOR EN EDUCACIÓN

Dedicatoria

**A los ciudadanos que tenemos derecho y necesidad de información
confiable.**

Agradecimientos

A Dios que me acompaña en cada meta trazada. A mi hijo Denis Carrillo, quien me apoyó colocándome una frazada en la espalda cuando me amanecía haciendo mis investigaciones, a mi madre, quien siempre me apoyó con su amor de madre atendiendo a mi hijo; y a mi hermano Oswaldo Martin quien me salvó la vida en la fase más delicada de mi salud y a mi gran amigo Sidney.

Reconocimiento

A la Universidad Alas Peruanas, a los docentes de la
Facultad de Derecho y Ciencia Política por los
conocimientos adquiridos para ejercer esta carrera tan
relevante en la sociedad.

ÍNDICE

	Pág.
Carátula	i
Dedicatoria	ii
Agradecimientos	iii
Reconocimiento	iv
Índice	v
Resumen	vii
Abstract	viii
Introducción	ix
CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	11
1.1. Descripción de la realidad problemática	11
1.2. Delimitación de la investigación	13
1.2.1. Delimitación espacial	13
1.2.2. Delimitación social	13
1.2.3. Delimitación temporal	13
1.2.4. Delimitación conceptual	13
1.3. Problemas de investigación	14
1.3.1. Problema principal	14
1.3.2. Problemas secundarios	14
1.4. Objetivos de la investigación	15
1.4.1. Objetivo general	15
1.4.2. Objetivos específicos	15
1.5. Supuesto y categorías de la investigación	15
1.5.1. Supuesto principal	15
1.5.2. Supuestos secundarios	15
1.5.3. Categorías	16
1.5.3.1. Definición conceptual de las categorías	17
1.6. Metodología de la investigación	18
1.6.1. Tipo y nivel de la investigación	19
a) Tipo de investigación	19
b) Nivel de investigación	19

1.6.2. Método y diseño de la investigación	20
a) Método de la investigación	20
b) Diseño de investigación	21
1.6.3. Población y muestra de la investigación	21
a) Población	21
b) Muestra	22
1.6.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	22
a) Técnicas	23
c) Instrumentos	23
1.6.5. Justificación, importancia y limitación de la investigación	23
a) Justificación	23
b) Importancia	25
c) Limitaciones	25
CAPÍTULO III: MARCO TEÓRICO	27
2.1. Antecedentes del problema	27
2.2. Bases legales	31
2.3. Bases teóricas.	33
2.4. Definición de términos básicos	41
CAPÍTULO III: PRESENTACIÓN, ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS	45
3.1. Análisis de tablas y gráficos	45
3.2. Discusión de resultados	49
3.3. Conclusiones	51
3.4. Recomendaciones	52
3.5. Referencias bibliográficas	53

ANEXOS

Matriz de consistencia

Entrevista–Guía de la entrevista

Informe de validación de instrumento por expertos (Ficha de validación del instrumento. Juicio de expertos).

Resumen

El propósito de esta investigación es determinar mecanismos restrictivos para la concentración de medios de comunicación que garantizarán el derecho a la información de los ciudadanos. Siendo el supuesto principal: Mecanismos restrictivos para concentración de medios de comunicación garantizarían el derecho a la información de los ciudadanos. La categoría 1: es Concentración de medios de comunicación y Categoría 2: Derecho a la información de ciudadanos. Su enfoque: es cualitativo, porque explica y observa el evento, no hay medición de ninguna variable. Tipo: es básica porque describe y observa el fenómeno que se quiere estudiar, ampliando el conocimiento del problema. Su diseño: es no experimental descriptivo. Su método será inductivo fenomenológico, se utilizó un instrumento con preguntas abiertas a dos abogados que son especialistas en el problema planteado, llegándose a la siguiente conclusión entre otras: En el Perú se hace necesario la implementación de algunos mecanismos restrictivos para evitar la concentración de medios de comunicación y así garantizar de alguna manera el derecho a la información de los ciudadanos entre otros derechos.

Palabras claves: Concentración de medios. Poder de mercado. Derecho a la información. Mecanismos restrictivos. Ciudadanos.

Abstract

The purpose of this research is to determine restrictive mechanisms for media concentration that will guarantee the citizens right to information. Being the main assumption: Restrictive mechanisms for media concentration would guarantee the right to information of citizens. Category 1: Concentration of media and Category 2: Right to information of citizens. Its approach: it is qualitative, because it explains and observes the event, there is no measurement of any variable. Type: it is basic because it describes and observes the phenomenon that is wanted to study, broadening the knowledge of the problem. Its design: it is non-experimental descriptive. Its method will be phenomenological inductive, an instrument was used with open questions to two lawyers who are specialists in the problem raised, arriving at the following conclusion among others: In Peru it becomes necessary the implementation of some restrictive mechanisms to avoid the concentration of means Of communication and thus to guarantee in some way the right to the information of the citizens among other rights.

Keywords: Concentration of means. Market power. Right to information. Restrictive mechanisms. Citizens.

INTRODUCCIÓN

La investigación que presentamos se relaciona con el Derecho de la competencia en razón que se busca restringir la concentración de los medios de comunicación, de tal manera que se garantice el derecho de los ciudadanos a una información precisa, es necesario, conocer los supuestos de crecimiento externo en razón que no todas las posiciones dominantes están ni prohibidas ni sometidas a control, sobre todo cuando han sido alcanzadas por una empresa como consecuencia del buen resultado de su política empresarial. El presente trabajo está referido a los medios de comunicación (diarios, radio, televisión abierta, revistas, televisión por cable, etcétera), especialmente diarios. Y el objetivo que pretendemos como ya lo hemos mencionado es determinar algunos mecanismos restrictivos para la concentración de medios de comunicación y garantizar de alguna manera el derecho a la información de los ciudadanos.

La investigación comprende el Planteamiento del problema en que se ha desarrollado la descripción de la realidad problemática, delimitación de los problemas de investigación, por otro lado se han formulado los problemas de la investigación sobre la temática expuesta, también se han determinado los objetivos de la investigación, en esta primera parte se han formulado los supuestos y categorías; la metodología de la investigación que abarca el tipo y nivel de la investigación; método y diseño. También la población y muestra; técnicas e instrumentos de recolección de datos; seguidamente la justificación, importancia y limitaciones de la investigación.

El marco teórico en el trabajo abarca desde los antecedentes de la investigación sobre la materia tratada, las bases legales más relevantes, las bases teóricas considerando categorías y dimensiones expuestas en la matriz de consistencia; así mismo, hemos desarrollado la definición de términos básicos.

Luego, se consigna la presentación, análisis e interpretación de los resultados, también se han expuesto, considerando la discusión de los resultados que han

permitido llegar a las conclusiones y recomendaciones. Para este trabajo de investigación se ha considerado las técnicas de APA.

Finalmente adjuntamos como anexos aeste trabajo de investigación: la matriz de consistencia, el instrumento: Guía de la entrevista, y la validación del instrumento por opinión de los expertos.

CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. Descripción de la realidad problemática

Considerando lo señalado por Alberto Pérez Gómez quien tiene a su cargo la Dirección de audiovisual de la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones. La mayoría de los autores diferencian entre cinco formas de integración empresarial en este sector, establecidas en función de la presencia de la empresa concentradora en varias fases del proceso productivo y/o en varios mercados. Así, se podría decir que:

- a) Integración horizontal (monomedia), se da cuando una empresa o grupo de empresas controla varias unidades de producción en la misma fase del proceso productivo y en el mismo mercado, de manera que los productos o servicios que ofrecen dichas unidades de producción son, desde el punto de vista del comprador, idénticos, o cuando menos sustitutivos. Este sería el caso, por ejemplo, de un grupo de comunicación que controla simultáneamente varias televisoras que difunden sus programas en el mismo territorio.

- b) Integración vertical, cuando una empresa o un grupo de empresas están presente en varias fases del proceso de producción. Como ejemplos de integración vertical (que son cada vez más frecuentes) cabe citar el de los operadores de televisión que controlan también los equipos necesarios para la

recepción de los programas (como los decodificadores); o el de los operadores de infraestructuras de telecomunicaciones que prestan directamente servicios de televisión, y que han adquirido derechos de retransmisión exclusiva de los programas más demandados por los telespectadores.

c) Integración multimedia, cuando una empresa o un grupo de empresas controla simultáneamente distintos tipos de medios de comunicación. Un ejemplo de este supuesto de integración sería el de una empresa que controle al mismo tiempo emisoras de radio, cadenas de televisión, periódico.

d) Conglomerados (integración multisectorial), cuando una empresa o grupo de empresas está presente en el sector de los medios de comunicación y al mismo tiempo también lo está en otros sectores económicos. Existe el peligro de que los medios de comunicación se conviertan en el brazo mediático de un gran grupo empresarial o financiero. Ejemplos de conglomerados pueden ser los bancos o constructoras que invierten en televisión y telecomunicaciones.

e) Integración internacional, cuando una empresa de comunicación está presente en distintos mercados nacionales de medios de comunicación. Muchas empresas de televisión buscan conseguir así, economías de escala y aprovechar su know-how operando en países distintos de aquél, en que originariamente comenzaron a prestar sus servicios.

Muchas son las causas que llevan a la concentración en el sector de los medios de comunicación. La mayoría de estas causas son comunes a cualquier sector económico (economías de escala, diversificación de riesgos, deseo de controlar el mercado), si bien en el sector de los medios de comunicación concurren en el momento actual una serie de circunstancias, (entre las que destacan la globalización y la convergencia) que hacen que este sector sea especialmente proclive a este fenómeno. Entre las principales causas del proceso de concentración en este sector hay que destacar las siguientes:

a) El deseo de responder a la globalización del mercado. Las nuevas técnicas de retransmisión transfronteriza, el éxito internacional de determinados programas y la liberalización de los mercados de comunicación hacen que dichos mercados tiendan progresivamente a ser globales.

b) El deseo de incrementar el tamaño y la capacidad económica de las empresas de comunicación. Una empresa de comunicación resultante de una concentración puede incrementar, como resultado de esa operación, sus cifras de audiencia, lo que juega un papel determinante en la espiral "audiencia-tirada/publicidad", en la que las ventajas del medio más fuerte son sobreproporcionales.

Las consecuencias, de las concentraciones de medios de comunicación pueden ser analizadas desde el punto de vista económico o desde el punto de vista del pluralismo informativo. Normalmente, las concentraciones de medios de comunicación tienen, desde esa doble óptica, tanto efectos positivos como negativos. Las autoridades deben establecer criterios que permitan determinar cuándo las concentraciones deben ser permitidas y cuándo, por el contrario, deben ser prohibidas porque los efectos negativos de las mismas en la libre competencia o en el pluralismo informativo superen a sus posibles ventajas.

En algunos aspectos y opiniones jurídicas, se considera además que resultan también perjudiciales para el pluralismo las concentraciones como consecuencia de las cuales determinadas empresas, personas o asociaciones consiguen acceder al control de un medio de comunicación. Se estima que dichas personas o grupos tienen intereses particulares muy marcados, y que si pasan a controlar un medio de comunicación pueden intentar imponer sus criterios propios aún en perjuicio de la mayoría.

Ante lo expuesto, es necesario proponer algunos mecanismos que permitan de una u otra manera, limitar la concentración de medios de comunicación y así garantizar el derecho a una información clara, real y oportuna de los ciudadanos.

1.2. Delimitación de la investigación

1.2.1. Delimitación espacial

La tesis se desarrolló en el Distrito de Lima, no obstante los alcances de la investigación serán a nivel nacional.

1.2.2. Delimitación social

Los sujetos involucrados en la investigación, los ciudadanos y los docentes de la Facultad de Derecho y Ciencia Política de la Universidad Alas Peruanas, especialistas en Derecho Constitucional.

1.2.3. Delimitación temporal

El tiempo para desarrollar la investigación comprendió del periodo de junio de 2016 a marzo de 2017.

1.2.4. Delimitación conceptual

La delimitación conceptual comprendió dos conceptos fundamentales para la presente investigación: la concentración de medios de comunicación y derecho a la información de los ciudadanos. La concentración de información se ha entendido a partir del análisis e interpretación del marco legal vigente, el estudio de la doctrina nacional e internacional. El derecho a la información de los ciudadanos se ha comprendido a partir del estudio de la doctrina, la comparación con otros trabajos de investigación.

1.3. Problemas de investigación

1.3.1. Problema principal

¿De qué manera los mecanismos restrictivos para concentración de medios de comunicación podrán garantizar el derecho a la información de los ciudadanos?

1.3.2. Problemas específicos

-¿De qué manera los límites del poder del mercado informativo podrán garantizar el derecho a la información de los ciudadanos?

-¿De qué manera la contrastación del contenido de noticias y comentarios pueden dar indicios de concentración de comunicación por autoridad especializada podrá garantizar el derecho a la información de los ciudadanos?

1.4. Objetivos de la investigación

1.4.1. Objetivo general

Determinar los mecanismos restrictivos para la concentración de medios de comunicación que garanticen el derecho a la información de los ciudadanos.

1.4.2. Objetivos específicos

- Establecer los límites del poder del mercado informativo que garanticen el derecho a la información de los ciudadanos.

-Establecer la contrastación del contenido de noticias y comentarios que pueden dar indicios de concentración de comunicación por autoridad especializada que garantice el derecho a la información de los ciudadanos.

1.5. Supuesto y categorías de la investigación

1.5.1. Supuesto general

Analizar los mecanismos restrictivos para la concentración de medios de comunicación que garantizan el derecho a la información de los ciudadanos.

1.5.2. Supuestos específicos

- Analizar los límites del poder del mercado informativo que garantizarán el derecho a la información de los ciudadanos.

- Analizar la contrastación del contenido de las noticias y comentarios que pueden dar indicios de concentración de comunicación por autoridad especializada que garanticen el derecho a la información de los ciudadanos.

1.5.3. Categorías

Categoría 1

Concentración de medios de comunicación

Categoría 2

Derecho a la información de ciudadanos

1.5.3.1. Definición conceptual de categorías

Definición conceptual de la categoría 1	
Categoría	Definición conceptual
Concentración de medios de comunicación	El monopolio y acaparamiento de medios es un tema que se reproduce cada cierto tiempo con nuevas posturas y discusiones. Es innegable que hay intereses que juegan su partido aparte para tener mayor presencia ante los ojos de las personas, o si se prefiere llamarlos así, consumidores. (Jaime Bailón, 2009).
Subcategorías	
Poder del mercado informativo	Se entiende como una falla del mercado proveniente de la capacidad de una empresa para incrementar sus precios unilateralmente por encima de los del mercado, de tal manera que monopoliza. (Sandro Mairata, 2009).
Difusión de noticias y comentarios	Comprende la propagación de información e ideas acerca de las alternativas políticas existentes en forma accesible para grandes audiencias, e inciden en la naturaleza de la deliberación democrática. De este modo, hacen circular ciertos temas destinados a influir sobre el debate público. (Carlos Bejarano, 2009).

Definición conceptual de la categoría 2	
Categorías	Definición conceptual
Derecho a la información de ciudadanos	El acceso a la información constituye un derecho fundamental a recibir información que posee o reproduce cualquiera de empresas. (Jorge Enrique Romero-Pérez, 2009).
Subcategorías	

Derecho Constitucional	El derecho constitucional es la rama del derecho público que se encarga de estudiar jurídicamente las reglas elementales sobre las que se basa la organización política de una sociedad, siendo su objeto de estudio fundamental la Constitución del Estado. (Jorge Enrique Romero-Pérez, 2009)
Derecho del consumidor	Es el conjunto de normativas y leyes que tienen como objetivo principal asegurar la defensa de cualquier tipo de consumidor ante situaciones en las cuales no se respeta su poder o su condición de consumidor. La existencia de este tipo de derechos nace a partir de la extensión del consumo masivo de bienes y servicios y también de la creciente falla en el otorgamiento de esos bienes o servicios en tiempo y forma, tal como fueron contratados. (Jorge Enrique Romero-Pérez, 2009)

1.6. Metodología de la investigación

Se procedió a desarrollar esta parte de la tesis, ubicando el enfoque de la investigación, para ello hemos considerado a (Ruiz Alabuenága, 2012). Suele identificarse la metodología cualitativa con el uso de las palabras, las descripciones, las viñetas y los relatos, en contraposición al uso de los números, las tablas, los test de significación y los modelos estadísticos. También se concibe los métodos cualitativos como un recurso de primer nivel de acercamiento a la realidad, para, en un segundo nivel, llevar a cabo una verdadera investigación con rigor y profundidad metodológicos. Se identifica la técnica cualitativa como una investigación de contexto de descubrimiento que sirve de puente para la verdadera investigación, en contexto de comprobación rigurosa y precisa. (p. 20).

El enfoque en la investigación que exponemos es cualitativa, ello se explica porque buscamos conocer el sentir de los protagonistas o involucrados que por su especialidad pueden opinar o darnos a conocer a través de su experiencia datos para sostener el trabajo de investigación, datos que analizamos, interpretamos y discutimos teóricamente.

1.6.1. Tipo y nivel de la investigación

a) Tipo de investigación

(Ñaupas, 2014). Según este investigador señala que: "Recibe el nombre de pura porque en efecto no está interesada por un objetivo crematístico, su motivación es la simple curiosidad, el inmenso gozo de descubrir nuevos conocimientos, comprende niveles como: exploratorio, descriptivo y explicativo". (p. 91)

Lo que se es que a partir de las teorías, conceptos, y otros, sobre la concentración de medios de comunicación y el derecho a ser informado, es dar nuevos aportes teóricos es decir propuestas para garantizar esta última categoría.

(Ortiz Castro, 2005). Según este maestro cuando dice que: "Hay investigaciones puras o básicas y aplicadas en la medida en que busquen su resultado por el mero valor del conocimiento, o que tengan propósitos prácticos (resolución de problemas, de toma de decisiones, de desarrollo o evaluación de nuevos planes o programas, etcétera). (p. 69).

Es cierto, teniendo en cuenta lo establecido por el profesor Ortiz, la investigación que ofrecemos busca presentar alternativas o

propuestas que limiten o contrasten la concentración de los diferentes medios de comunicación.

b) Nivel de investigación

(Ortiz Castro, 2005). Se dan investigaciones descriptivas y explicativas en atención a que simplemente se presenten o relaten los esquemas de formación, estructuración o transformación de un fenómeno, sus relaciones con otros, o a que se busquen las causas de dicho fenómeno o su inserción en un contexto teórico que haga posible su inclusión al interior de una determinada visión legal. (p. 69).

En la tesis desarrollamos de manera minuciosa los diferentes elementos de las categorías identificadas, es decir sus principales generalidades o características como son conceptos, clases, entre otros necesarios para la comprensión del trabajo.

Por otro lado, menciona (Carrasco, 2008). Asimismo, es de corte transeccional o transversal ya que se "utiliza para realizar estudios de investigación de hechos y fenómenos de la realidad, en un momento determinado de tiempo". (p. 72).

Ahora bien, de acuerdo a las indicaciones de Carrasco, se sostiene que las categorías señaladas como son la concentración de medios de comunicación y el derecho a la información, han sido tratadas en un determinado lapso o periodo.

1.6.2. Método y diseño de la investigación

a) Método de la investigación

Respeto al método de la investigación hemos recurrido a (Cegarra Sánchez, 2012). El método inductivo consiste en basarse en enunciados singulares, tales como descripciones de los resultados

de observaciones o experiencias para plantear enunciados universales, tales como hipótesis o teorías. (p. 83).

La tesis por tratarse dentro de un enfoque cualitativo, se desarrolla a partir del análisis de situaciones particulares como es el caso de la adquisición del 54% de las acciones del Grupo EPENSA por parte del Grupo El Comercio, el cual ha asumido así el dominio del 77,86% del mercado de venta de diarios. Vale recalcar que el Grupo El Comercio publica los periódicos El Comercio, Perú.21, Gestión, El Trome y Depor; y el Grupo EPENSA publica los diarios Correo, Ojo, Ajá y El Bocón. También recordemos que el Grupo La República buscó equilibrar el mercado e intentó comprar las acciones del Grupo EPENSA, pero finalmente las negociaciones se truncaron. Ello nos ha permitido dar aportes de manera general en el trabajo que analizamos.

b) Diseño de la investigación

(Gómez, 2005). El término "diseño" se refiere al plan o estrategia concebida para obtener la información que se desee, es decir, es el plan de acción a seguir. (p. 121).

El trabajo de investigación además de elaborarse considerando primero la elaboración de un proyecto, también es de diseño no experimental ello considerando la clasificación por manipulación de variables, puesto que no se operan ni alteran las categorías señaladas con anterioridad.

1.6.3. Población y muestra de la investigación

a) Población

(Tamayo y Tmayo, 1997). La población se define como la totalidad del fenómeno a estudiar donde las unidades de población poseen

una característica común la cual se estudia y da origen a los datos de la investigación.

La presente investigación también ha considerado un grupo como población para ser estudiada, es el caso de los docentes especialistas en derecho de la competencia.

(Ramírez Jefferson, 2013). Es el conjunto de personas, cosas o fenómenos sujetos a investigación, que tienen en común algunas características definitivas. (p. 172).

Considerando la característica señalada líneas arriba hemos determinado que según la Oficina de Coordinación Académica de la Facultad de Derecho y Ciencia Política de la Universidad Alas Peruanas, la población está conformada por 02 docentes especialistas.

b) Muestra

(Ramírez Jefferson, 2013). Es el número de sujetos en un estudio se denomina tamaño de la muestra. Se determina en base al planteamiento del problema, las hipótesis, y el diseño de investigación y el alcance de sus contribuciones. (p. 162).

El tamaño de la muestra no la podremos reducir toda vez que solo contamos con dos especialistas en derecho de la competencia en la Facultad de Derecho y Ciencia Política de la Universidad Alas Peruanas.

(Hernández, Fernández, & Baptista, 2006). La muestra es en esencia un subgrupo de la población, digamos que es un sub conjunto de elementos que pertenecen a ese conjunto definido en sus características al que llamamos población (p. 235)

La muestra seleccionada ha sido determinada de manera intencional, no aleatoria y que reúne las siguientes características:

- a) Especialistas en Derecho de la competencia
- b) Antigüedad respecto al dictado de la docencia
- c) Experiencias en procesos de la naturaleza estudiada
- d) Muestra de interés en el tema planteado

Población	Muestra
02	02

Fuente: Coordinación Académica de la FDYCP

1.6.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

a) Técnicas

En el caso de la técnica ha sido necesario comprender primero qué es técnica, para lo cual nos hemos basado de lo expresado por el maestro Tamayo y Tamayo, (1995), cuando dice que:

La técnica es un conjunto de procedimientos para el aprovechamiento de los elementos que rodean los fenómenos sobre los cuales se investiga. Conjunto de mecanismos, medios y sistemas de dirigir, recolectar, conservar, elaborar y transmitir los datos. Es también un sistema de principios y normas que auxilian para aplicar los métodos, pero realizan un valor distinto. Las técnicas de investigación se justifican por su utilidad, que se traduce en la optimización de los esfuerzos, la mejor administración de los recursos y la comunicabilidad de los resultados. (p. 198).

La técnica que hemos visto por conveniente utilizar en la investigación es la técnica de la entrevista.

b) Instrumentos

Es necesario entender para que sirven los instrumentos de recolección de datos, es así que (Tamayo y Tamayo, 1995), señala que: "los instrumentos son Ayuda o elementos que el investigador construye para la recolección de datos a fin de facilitar la mediación de los mismos". (p. 128).

Hemos considerado como instrumento en la tesis que presentamos, la guía o formulario de la entrevista, la misma que comprende cuatro preguntas, que se caracteriza por ser una entrevista estructurada, porque sigue una serie de preguntas fijas que han sido preparadas con anterioridad y se aplican las mismas preguntas a todos los entrevistados.

1.6.5. Justificación, importancia y limitaciones de la investigación

a) Justificación

La justificación implica dar las razones que sostienen el trabajo de investigación y así lo señalan claramente (Deza Rivasplata & Muñoz Ledesma, 2008). Él señala que: "Se debería recordar que toda investigación es importante en si misma; no obstante, es necesario justificar la investigación exponiendo sus razones, su aplicación práctica o los resultados que se desean alcanzar". (p. 30). Y(Gómez, 2005), también plantea algo parecido:

Quien refiere que para los objetivos y preguntas de investigación respecto de los objetivos y las preguntas de investigación, son necesarios justificar los estudios exponiendo sus razones. Estas razones deben ser lo

suficientemente fuertes para que se justifique su realización. Se tiene que explicar con claridad por qué es conveniente llevar a cabo la investigación, cuáles son los beneficios que se derivan de ella, y quienes se benefician. (p. 45).

Justificación Teórica

Según (Bernal, 2006). En la investigación "hay una justificación teórica, cuando el propósito del estudio es general, reflexivo y existe un debate académico sobre el conocimiento existente; confrontar una teoría, contrastar resultados o hacer epistemología del conocimiento existente". (p. 103).

El trabajo de investigación ha considerado varias fuentes de información para generar las propuestas que desarrollan el conocimiento teórico del problema planteado. Se plantea al final de la tesis una serie de recomendaciones, que servirán para que el lector aprecie este trabajo de investigación.

Justificación Práctica

El maestro (Ramírez, 2013), señala que: "Se considera que una investigación tiene justificación práctica cuando su desarrollo ayuda a resolver un problema o, por lo menos propone estrategias que al aplicarse contribuirán a resolver la investigación planteada." (p.105).

Es así que, lo que se busca en este trabajo de investigación, es que no exista manipulación en la información, porque como consumidores de servicios, merecemos respeto y acceso a una información coherente y real, entonces los que se beneficiarán con este trabajo serán la sociedad en su conjunto.

Justificación Metodológica

También el maestro Ramírez, (2013), sobre justificación señala que: "En la investigación científica, la justificación metodológica del estudio se da cuando el proyecto por realizar propone un nuevo método o una nueva estrategia para generar conocimiento válido y confiable" (p. 105).

También se ha cumplido con las fases de la investigación, con la elaboración de una guía de la entrevista que podría servir de modelo a otros estudiosos sobre la materia.

Justificación legal

Las normas que sostienen el trabajo de investigación son:

- La Constitución Política del Perú de 1993
- Ley de defensa de la Competencia
- Ley del consumidor

b) Importancia

La importancia de la investigación versa sobre el aspecto social o delimitación de la investigación, así se desarrolla sobre el tema planteado es así que Ortiz Flores (2010), señala que: "La importancia de la investigación científica es que nos ayuda a mejorar el estudio porque nos permite establecer contacto con la realidad a fin de que la conozcamos mejor". (p.89).

La aplicabilidad de la investigación se hace necesaria toda vez que la concentración de medios de comunicación afecta los derechos de la población, que necesita información real, para tomar decisiones políticas, sociales, económicas, en razón que los medios son los que nos comunican temas vinculados a la sociedad.

c) Limitaciones

Las investigaciones deben tener limitaciones, es así que Ñaupas (2014), señala que:

Algunas posibles limitaciones de carácter, económico-financiero, tecnológicas o de tiempo. Limitaciones son las condiciones materiales, económicas, personales e institucionales que pueden frenar o retrasar la investigación o restarle confiabilidad. Hay muchas investigaciones que por falta de auspicios económicos se ralentan.(p. 165).

Todos los que hacemos investigación estamos supeditados a diversas limitaciones especialmente la económica, sin embargo han superadas por cuanto hemos desarrollado previamente un plan de tesis.

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes del problema

(Pérez Serrano, 2006). En la tesis titulada *La concentración de medios en España: Análisis de casos relevantes en radio, prensa y televisión*, para optar al grado de doctor en la Facultad de Ciencia de la Información de la Universidad Complutense de Madrid, señala que la concentración de los medios de comunicación es un factor de plena actualidad e interés ya que, junto a otros, incide en el mercado informativo, afecta al flujo constante del tejido empresarial, y repercute, a veces, en la pluralidad de los mensajes difundidos o emitidos. Desde la perspectiva de la concentración de la propiedad y el reparto del capital social de las sociedades mercantiles propietarias de empresas de comunicación, y, mediante una metodología específica apoyada en el análisis tanto cualitativo como cuantitativo, esta tesis estudia tres casos relevantes en el sector audiovisual y de prensa españoles: la concentración de Antena 3 Radio y Cadena SER, la del Grupo Correo y Prensa Española, y la de Vía Digital y Canal Satélite Digital. El estudio de los tres procesos de crecimiento externo se fundamenta en unos principios teóricos que aportan fundamento científico a este segmento conceptual de la concentración de medios dentro del área de Empresa Informativa. El sustrato epistemológico facilita y confiere rigor a la investigación que discurre ponderando como factores esenciales los de tipo empresarial; periodístico (difusión de noticias y comentarios); legal (normas españolas y europeas reguladoras de la competencia y los medios), y sus

secuencias administrativas y jurídicas derivadas. Como conclusión, y tras el análisis de las operaciones y sus resultantes, puede colegirse que los tres procesos de concentración estudiados en esta tesis influyen en situaciones de predominio del mercado de la información y limitan el pluralismo informativo.

(Huamán Flores & Becerra Gómez, 2014). En el trabajo de investigación titulado *Debate sobre la concentración de medios en el Perú: El caso de la fusión del Grupo El Comercio con el Grupo EPENSA*, señalan que en el presente trabajo se realizará un estudio comparativo de la legislación peruana con la de otros países, con el objetivo explicar académicamente el problema de la concentración de medios, a raíz de la reciente fusión entre el grupo El Comercio y grupo EPENSA. Por otro lado, mediante un análisis de contenido, se explicará cual ha sido el comportamiento mediático de los grupos involucrados, tanto en sus editoriales como en sus columnas de opinión. En agosto del año pasado se inició un debate a través de los medios de comunicación sobre la existencia de concentración en prensa escrita en el Perú. El motivo fue la fusión del Grupo El Comercio y el Grupo EPENSA. A partir de la fecha, la discusión acerca de la presencia de concentración y acaparamiento en los medios de comunicación forma parte de la agenda mediática. En ese sentido, el presente Artículo tiene por finalidad estudiar la discusión en curso, gracias al análisis de los medios involucrados, y a un repaso de la ley peruana y a sus análogas en el extranjero. Resulta innegable la conexión entre libertad de expresión, democracia y medios de comunicación. El adecuado funcionamiento de este tridente es algo que se encuentra implícitamente en la Constitución Política del Perú, cuando se afirma que las personas tienen derecho a recibir información de terceros y a dar a conocer sus pensamientos e ideas por cualquier medio, sin censura por parte del Estado o particulares. En este escenario, la pluralidad informativa no es un requisito, sino una consecuencia de entender que la diversidad de voces y puntos de vista es lo saludable en una democracia moderna: "mientras más fuentes de información existen mayor es la capacidad de elección de los ciudadanos" (Alcalá, 2013, p. 65). El acceso a la información plural también nos

lleva a defender la posibilidad de crear nuevos medios de comunicación, en el marco de la libertad de empresa que también defiende la Constitución. A ello debemos de sumarle que el Estado vigila la libre competencia de iniciativa privada de medios de comunicación, pretendiendo que no exista ningún tipo de práctica monopólica, competencia desleal y abuso de poder o dominio. Así, vemos que libertad de empresa y pluralidad de medios es algo que se busca legalmente porque son "pilares de los regímenes democráticos y una condición esencial del ejercicio de las demás libertades públicas" (Vivanco, 2007 p. 11).

(Dodds Berger, 2011). En su tesis titulada *Concentración de medios y libertad de comunicación* para optar la Licenciatura en Ciencias Jurídicas y Sociales, señala que las democracias contemporáneas el debate en torno a los medios de comunicación de masas se acrecienta cada día más. La razón de este incremento radica en la importancia que éstos han asumido para el desarrollo de principios tan fundamentales, como el de soberanía popular. Ante esto es razonable preguntarse ¿cuál es la verdadera relevancia de los medios para la democracia? Si acordamos que la formación de la opinión y la voluntad pública suponen un debate público, no podremos sino admitir que éste, en sociedades tan complejas como en la que vivimos, se realiza a través de redes de comunicación en donde los medios de masas tienen un papel preponderante. La deliberación pública necesaria para mediar entre Estado y sociedad, entre representantes y ciudadanos, se desarrolla en una esfera pública política en que los flujos de comunicación son transmitidos desde las diversas esferas de la sociedad, a través de los medios de masas. Esta cuestión se vuelve un fenómeno de relevancia constitucional, toda vez que en el desenvolvimiento de los medios, está en juego la realización de las denominadas libertades de comunicación. Hablamos de libertades comunicativas en referencia a aquellos derechos fundamentales que permiten participar en igualdad de oportunidades, en el proceso comunicativo de formación de la opinión y voluntad política. Éstas para ser ejercidas en la actualidad, necesitan de estos verdaderos mandatarios que son los medios de comunicación. Es que no se trata sólo de asegurar las

posibilidades de comunicar algo, sino que es preciso asegurar el acceso a la información necesaria para formarse una opinión. El fenómeno de la concentración aparece entonces, como un obstáculo para el desarrollo de la democracia y como un atentado en contra de las libertades de comunicación, al silenciar un número importante de voces presentes en una sociedad, o mantener un telón de ignorancia sobre cuestiones de genuino interés público. El problema de la concentración en los medios es un fenómeno global, del cual Chile no está exento. De ahí que sea también un problema para nuestra democracia y un aspecto a investigar en relación a nuestro ordenamiento jurídico. De hecho, el fenómeno de la concentración ha sido objeto de debate en el último tiempo en nuestro país. De ahí que fuera tratado por dos comisiones especiales de la Cámara de Diputados: en primer lugar, el informe evacuado por "La comisión Especial sobre las libertades de pensamiento y expresión, el derecho a la información y los medios de comunicación", creada en el año 2006, cuyas conclusiones son que el nivel de concentración mediática existente en Chile es preocupante, razón por la cual se proponen una serie de medidas paliativas y preventivas. El segundo informe al que nos referimos, fue el resultado de "La Comisión Especial investigadora sobre avisaje del Estado", creada el año 2007, que concluyó con la verificación de la necesidad de regular esta materia, dada la falta de transparencia y arbitrariedad reinante, cuestión que propiciaría el desarrollo de la concentración de medios. Lamentablemente, el trabajo de estas comisiones no se plasmó en leyes de la República, pese al negativo balance que realizaron de la situación de los medios de comunicación en nuestro país.

(Carril Abarca, 2008). La libertad de expresión y el derecho a la información son una de las más grandes victorias de la humanidad en el siglo XX. Además, constituyen pilares para la democracia moderna. Pero a pesar que han pasado varios decenios desde la post guerra y la consagración positiva de estos derechos en documentos internacionales, podemos ver que en los medios de comunicación social existen importantes trabas para que ambos puedan

concretarse. Esto, porque se han constituido grandes conglomerados privados que reúnen varios medios de comunicación. La radio no ha sido ajena a este proceso. Esto no sería tan problemático si no fuese porque las ondas radiales utilizan el espectro radioeléctrico para propagarse, el que por esencia es un bien escaso. Así las cosas, para poder transmitir por la Frecuencia Modulada o la Amplitud Modulada, se requieren de una autorización administrativa entregada por el Estado, que se denomina concesión de onda. En una misma localidad existe un número máximo de concesiones disponibles, lo cual hace que haya zonas en que ya no puede instalarse un radiodifusor porque no hay más frecuencias disponibles. El sentido común nos indica que para que haya la mayor cantidad de opiniones e informaciones debe restringirse la cantidad de concesiones que una misma persona o grupo puede tener. Sin embargo, en nuestro país, en los hechos, no existen límites efectivos a la concentración de las concesiones radiales. Es por estas razones que creemos importante hacer un análisis del mercado radial de la Frecuencia Modulada. ¿Por qué sólo esta banda de frecuencia? Porque es ésta la que concentra la mayor cantidad de concesiones solicitadas, llegando al punto que hay lugares en que no puede pedirse ninguna otra autorización para operar. Además que es la más oída por las personas, según lo señalaremos en el transcurso de esta memoria.

2.2. Bases legales

El Artículo 61 de la Constitución peruana precisa que los medios de comunicación “no pueden ser objeto de exclusividad, monopolio ni acaparamiento, directa ni indirectamente”

Directiva N° 001-2014-TRI-INDECOPI

Aprueban Directiva Delimitación de la competencia funcional de la Comisión de Fiscalización de la Competencia Desleal y los órganos resolutivos en materia de protección al consumidor, en los casos en los que la publicidad comercial confluye en el análisis de sus procedimientos.

Decreto Legislativo N° 1044

Ley de Represión de la Competencia Desleal

Publicado en El Peruano el 26 de junio de 2008 y vigente desde el 26 de julio de 2008. Resolución de la Presidencia del Consejo Directivo del INDECOPI 141-2015-INDECOPI/COD.

Actualizan la Directiva N° 005-2010/DIRCOD-INDECOPI, modificando el anexo N° 02 - Competencia territorial respecto de Actos de Competencia Desleal desarrollados mediante actividad publicitaria establecidos en el Decreto Legislativo N° 1044 para las Comisiones de Fiscalización de la Competencia Desleal N° 1 y N°2, y de las Comisiones adscritas a las Oficinas Regionales.

La finalidad de la Ley de Libre Competencia se enuncia en su **Artículo 1**, y consiste en “eliminar las prácticas monopolísticas, de control 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 sedesenvuelva procurando el mayor beneficio de los usuarios y consumidores. La Ley de Defensa de la Competencia es la ley de defensa más convencional de Perú, aplicable a todas las personas naturales y jurídicas que realicen una actividad económica, así como a todas aquellas personas que ejerzan la dirección o la representación de entidades que incurran en actividades ilegales.

La mayor parte de las disposiciones legales de Perú que conforman la legislación y las políticas en materia de competencia son “decretos-leyes” que

Fujimori promulgó en 1991 y 1992, en el marco de su impulso inicial por sentar las bases de una economía de mercado.

Uno de dichos decretos creó una nueva agencia, el INDECOPI (Instituto de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual), destinada a ejercer de árbitro y como promotor de la actividad del mercado.

A esta entidad le fue otorgado un mandato asombrosamente amplio, que incluía la resolución de conflictos y competencias ejecutivas en cuanto a la aplicabilidad de la ley en los siguientes campos:

- (a) la ley de libre competencia;
- (b) una "ley de acceso al mercado" contraria a normativas oficiales que imponían injustificadas barreras de acceso al mercado;
- (c) una "ley de publicidad y competencia desleal", cuyo objetivo es proteger a las empresas contra determinadas prácticas "deshonestas";
- (d) una ley de protección del consumidor que regule no sólo las prácticas desleales o engañosas, sino casi todos los aspectos relacionados con la actividad del consumidor;
- (e) procedimientos anti-dumping y de salvaguardia;
- (f) leyes de protección de los derechos de autor, marcas y patentes;
- (g) el establecimiento de estándares voluntarios y obligatorios para productos y de entidades de homologación; y
- (h) una "ley de salida del mercado" que establecía un procedimiento cuasi-judicial para gestionar las insolvencias.

2.3. Bases Teóricas

2.3.1. Concentración de medios de comunicación

(Pérez Gómez, 2002). La cuestión de la concentración de los medios de comunicación es un problema siempre vigente, afecta al flujo constante del movimiento empresarial, lo que dificulta además, su seguimiento y

vigilancia. Desde diversos puntos de vista la concentración de medios puede tener empresarialmente efectos positivos pero éstos no empequeñecen los negativos, que pueden ser muchos y perniciosos.

Así, el predominio publicitario que la concentración provoca, implica el grave riesgo de condicionar la amplitud y el contenido de la información periodística, o que limita la independencia de las redacciones, anteponiendo los fines personales, partidistas, políticos o económicos a los fines sociales.

Restringe la acción profesional del periodista pero, sobre todo, reduce el pluralismo informativo limitando las opciones informativas del ciudadano, lo que implica un grave riesgo en la formación de una opinión pública y libre, base de toda democracia. (p. 1).

La concentración de medios de comunicación se puede entender con el poder que tiene una determinada empresa en este caso particular el poder de una empresa dedicada al rubro de las comunicaciones, que controla el mercado por cualquiera de las causas presentadas en la descripción de la realidad problemática.

CONCEPTO Y TIPOLOGÍAS PARA EL ESTUDIO DE LA CONCENTRACIÓN DE LOS MEDIOS

Tipología según la estrategia de expansión.

<u>Horizontal</u>	Una empresa o grupo de empresas controla varias unidades de producción de la misma fase del proceso productivo y en el mismo mercado
<u>Vertical</u>	Una empresa o grupo de empresas está presente en varias fases del proceso de producción
<u>Multimedia</u>	Una empresa o grupo de empresas controla al mismo tiempo varios medios de comunicación.
<u>Conglomeración</u>	Una empresa o de un grupo de empresas que es propietaria a la vez de uno o varios medios, trabajando al mismo tiempo en uno o varios sectores diferentes de la economía
<u>Internacional</u>	Una empresa o de un grupo de empresas cuyas actividades se desarrollan en dos o más países

Fuente: Universidad Complutense

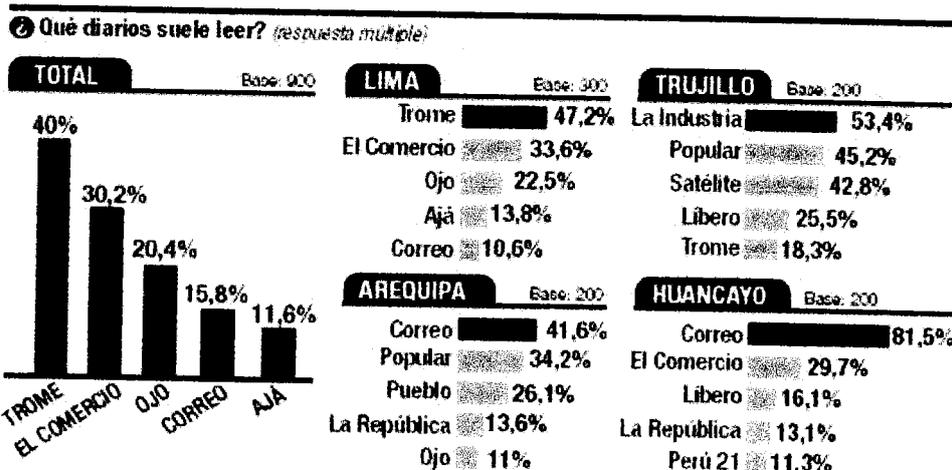
Profesor: Fernando Quirós Fernández

Las empresas controlan de manera parcial o completamente, los canales de producción y comercialización de un mercado de comunicación así señala (Sunkel & Geoffroy, 2001). En el caso de la prensa, por ejemplo, la estrategia de integración vertical implica que una empresa periodística además de producir el material comunicativo (producto contenido) debe imprimir ese material en sus propios talleres y distribuir sus publicaciones a través de sus propios canales. Por su parte, la integración horizontal existe cuando una compañía posee el mismo tipo de medios de comunicación en diferentes mercados.

Las empresas de comunicación introducen en distintos mercados nuevos un producto que han gestionado con éxito en su mercado original.

Por último, la integración multimedios se refiere al control de varios medios de comunicación por parte de una compañía. La integración multimedios completa, requiere la presencia de una propiedad cruzada entre los medios impresos y audiovisuales (sobre todo, el control de diarios y canales de televisión). (p. 17).

La concentración de medios de comunicación de alguna forma se puede observar considerando la empresa que concentra a los demás medios por diversas razones.



¿Qué marcas de diarios recuerda? (total de menciones)

	TOTAL	NSE A	NSE B	NSE C	NSE D
EL COMERCIO	61,3%	85,7%	73,3%	63,4%	49,8%
TROME	53,2%	34,1%	29,8%	61,2%	59,3%
OJO	43,4%	30,9%	36,2%	41,7%	50,5%
CORREO	35,5%	37,5%	34,8%	43,2%	27,6%
AJÁ	32,0%	3,7%	13,1%	0,9%	5,5%
LA REPÚBLICA	27,4%	49,8%	32,9%	26,9%	22,1%
Ninguna/ no consume	0,0%	0,0%	0,0%	0,1%	0,0%

Fuente: Análisis Investigación y Marketing

Da. 1

2.3.1.1. Poder del mercado informativo

(Dodds Berger, 2011), la concentración en los medios de comunicación se presenta como un fenómeno no ligado solo a la presencia mayoritaria en la propiedad de un medio, sino que la influencia directa o indirecta que un medio o grupo de medios pueden efectuar sobre la independencia de las fuentes de información, ya sea limitándolas o eliminándolas. (p. 38).

Considerando lo señalado por el autor, podemos decir que la concentración de medios de comunicación, según los lineamientos de quien tiene la concentración va influenciar sin duda con la información sobre los ciudadanos por ello es necesario proponer mecanismos que restrinjan dicha situación, toda vez que es un derecho del ciudadano acceder a una información real.

(Dodds Berger, 2011). Aquí el análisis se centra en el mercado, en el lugar que tenga determinada empresa dentro de él, y lo que se busca es determinar su posición más o menos dominante. (p. 40).

También señala el autor que la influencia va en relación al lugar donde se dirige la información.

2.3.1.2. Difusión de noticias y comentarios

(Huamán Flores & Becerra Gómez, 2014). En el Perú solo existe regulación para la radio y la televisión en cuanto a concentración de propiedad. La ley N° 28278 establece un marco regulador que rige los accesos al servicio de radiodifusión a través de los principios de libre competencia, libertad de acceso, principio de transparencia, uso eficiente del espectro y neutralidad tecnológica. En el Artículo 22 se considerará acaparamiento el que una

persona natural o jurídica, sea titular de más del treinta por ciento (30%) de las frecuencias disponibles técnicamente, asignadas o no, en una misma banda de frecuencia (AM o FM) dentro de una misma localidad para la radiodifusión televisiva, y veinte por ciento (20%) para la radiodifusión sonora (Artículo 22º, Ley N° 28278, Ley Radio y Televisión). En el debate sobre la fusión El Comercio-EPENSA se han realizado algunas comparaciones con la Ley de Radio y Televisión. Los detractores de El Comercio han señalado que debería integrarse a la prensa en la mencionada ley. Los defensores argumentan que es imposible hablar de porcentajes de participación en la propiedad porque la radio y la televisión se encuentran determinados por el espectro radioeléctrico, mientras que en la prensa escrita cualquier ciudadano puede crear su medio de comunicación. En este último punto, no cabría la posibilidad de una ley de medios por parte del Estado (p. 12).

Por lo expuesto anteriormente, podemos decir que la concentración de medios se da en todos los niveles y formas, en este trabajo analizamos el tema vinculado a la prensa escrita, a partir del caso del Comercio y la supuesta concentración de medios muy debatida por muchos estudiosos sobre la materia.

2.3.2. Derecho a la información de ciudadanos

(Hoffmann-Riem, 2002). En el derecho comparado se ha diferenciado un derecho general de libertad de comunicación, el cual incluye una serie de libertades de comunicación específicas garantizadas a los sujetos jurídicos. Hoffmann-Riem, las clasifica de la siguiente forma:

1. Libertad de expresión
2. Libertad de prensa

3. Libertad de medios

4. Derecho de acceso a la información. (p. 160).

Cuando desarrollamos el tema de investigación, nos hemos percatado que ella también se relaciona con otros derechos y libertades, sin embargo nos hemos detenido a revisar es decir estudiar el derecho a la información del ciudadano perjudicado de alguna manera con la información que recibe, la misma que puede recibirse con intenciones o intereses diversos por parte de quienes concentran los medios.

(Hoffmann-Riem, 2002).El derecho de acceso a la información o derecho a la información está intrínsecamente ligado al derecho a informar, debido a que la información es generada y dirigida a un receptor, al cual también se le debe garantizar las posibilidades de poder recibirla.

En este sentido se señala que "el derecho a ser informado está dirigido al sujeto pasivo que es el receptor de la información brindada". Este derecho resulta fundamental para poder conocer los asuntos de relevancia pública, y expresar una postura teniendo la información relevante para poder hacerse una idea del asunto. Esto coincide con un cambio de la teoría y práctica de los derechos fundamentales ocurrida en la segunda mitad del siglo XX, la cual entiende que el titular de la información no será el dueño de los medios de comunicación, sino que toda persona. (p. 160).

El derecho a la información no solo está dirigido a recibir una información oportuna, o en todo caso a acceder a la misma, va más allá, se complementa con la recepción de información verdadera, sin manipulaciones.

(Dodds Berger, 2011). "La libertad de información, de expresión deviene en un derecho: el derecho a la información con todas las consecuencias normativas que implica esta nueva concepción". (p.56).

Las facultades que integran el derecho a la información serían las siguientes:

- a. La facultad de recibir información.
- b. La facultad de investigar.
- c. La de difundir ideas, opiniones e informaciones. (p.80).

Además la información que recibimos nos puede permitir tomar decisiones, dependiendo del tipo de información, en aspectos como el social, cultural, seguridad, económico, deportivo, etcétera

2.3.2.1. Derecho constitucional

(Dodds Berger, 2011). Por regla general cuando se habla de derechos fundamentales, se hace referencia a una pretensión subjetiva para obtener la tutela estatal ante la interferencia en un ámbito vital protegido. Sin embargo, al proceder de esta forma se omite la otra cara de los derechos fundamentales, olvidada por mucho tiempo por la doctrina. En efecto, durante la segunda mitad del siglo XX existieron grandes avances teóricos en torno a los derechos, siendo uno de los más destacados la revaloración de los derechos fundamentales como normas objetivas del sistema jurídico.

Hablamos de una revalorización de esta vertiente de los derechos, debido a que éstos desde el principio fueron concebidos como algo más que derechos subjetivos; desde su nacimiento tuvieron la pretensión de ser normas que regían todo el ordenamiento jurídico. (Artículo 62).

Porque en el trabajo de investigación desarrollamos como dimensión el derecho constitucional, ello se justifica porque el derecho a la información es un derecho de esa naturaleza, fundamental para la sociedad, porque depende de aquella información las decisiones que pueda tomar el ciudadano en su vida personal, familiar, profesional. A veces no comprendemos lo relevante que es la información recibida por los diferentes medios de comunicación.

2.3.2.2. Derecho del consumidor

(Viguria Chavez, 2012). La definición de consumidor en los diversos ordenamientos jurídicos no ha sido uniforme a lo largo de los años y la misma ha variado de acuerdo a la perspectiva particular de protección al consumidor que cada Estado desea adoptar. Sin embargo, resulta importante mencionar que el derecho de protección al consumidor tiene como fin equilibrar la situación de desigualdad en la que se encuentra la parte más débil de la relación contractual al existir un desequilibrio económico conocido como Asimetría Negocial y de conocimientos respecto a los bienes o servicios ofrecidos el cual se conoce como Asimetría Informativa.

A través de la tutela que otorgue cada Estado al consumidor, se le concederán derechos especiales o instrumentos de protección eficaces para protegerlo de las citadas asimetrías. (ViguriaChavez, p. 28)

Medir la información que recibimos, es decir si sabemos que es la correcta o no, es difícil, por ello cuando hablamos del derecho del consumidor, por que el ciudadano recibe a cambio la información, el ciudadano esta desventaja de conocer que tan real

es la misma puesto que la empresa que la brinda es quien maneja y domina la información cuando esto sucede nos encontramos frente a la asimetría es decir que existe un desconocimiento de una las partes, ello es difícil regularse en el mercado, entonces nos encontramos con una falla en el mercado, que puede controlarse de alguna manera con mecanismos que limiten estas conductas y nos aseguren de alguna manera una información actual, además de algún organismo que supervise la información.

2.4. Definición de términos básicos

Agente económico

Es toda persona física, entidad de hecho o de derecho, pública o privada, participe de cualquier forma de actividad económica, como comprador, vendedor, oferente o demandante de bienes o servicios, en nombre propio o por cuenta ajena, con independencia de que sean importados o nacionales, o que hayan sido producidos o prestados por él o por un tercero.

Barreras a la Entrada

Son aquellos factores que impiden o dificultan la entrada de nuevas empresas a competir en un sector o mercado, proporcionando ventajas competitivas a las empresas ya instaladas en él. Principalmente se clasifican en tres tipos: naturales, estratégicas y estatales. a) las naturales se originan en las características básicas de la industria, como la tecnología, los costos y la demanda, variables que no son controladas por las firmas líderes en un mercado y que por consiguiente no pueden ser alterados, dado que corresponden a la misma estructura del mercado y limitan o impiden la libre movilidad. b) Las de tipo estratégico son aquellas voluntarias e intencionalmente exigidas por el propio comportamiento de las empresas para reducir o impedir que se produzca la entrada de un competidor. c) Por último, las barreras de tipo estatal, se manifiesta en los distintos canales de intervención y regulación del Estado en la economía, tales como patentes,

permisos, autorizaciones, concesiones, reglamentaciones fiscales, disposiciones arancelarias, otros.

Consumidor

Es toda persona física o entidad de hecho o de derecho que, como destinatario final, adquiere, disfruta o utiliza los bienes o los servicios, o bien recibe información o propuestas para ello. También, se considera consumidor al pequeño industrial o al artesano que adquiera productos terminados o insumos para integrarlos en los procesos para producir, transformar, comercializar o prestar servicios a terceros.

Competencia

Situación de mercado en la cual las empresas o vendedores luchan independientemente por captar la mayor cantidad de compradores o vendedores. Implica una libre afluencia de oferentes y demandantes de bienes y servicios en un mercado. En ese marco de libre afluencia, se le llama competencia perfecta a la situación de mercado que presenta una gran cantidad de vendedores y compradores.

Competencia perfecta

Este modelo de "competencia perfecta" se basa en una serie de supuestos como producto homogéneo, libre entrada y salida del mercado, transparencia del mercado, entre otros. La competencia en un mercado es de gran importancia, en ese sentido, una empresa que no tiene competidores puede imponer condiciones de venta, calidad, precios y servicios que le sean más favorables, sin que los consumidores tengan posibilidades de elección. Al haber competencia en un mercado, las posibilidades de elección se amplían notablemente, de manera que el consumidor puede optar por la alternativa que más se ajuste a sus necesidades, ingresos y gustos. En un mercado competitivo las empresas, en su afán de ampliar su cuota de mercado, lanzan

nuevos productos, compiten en precios y en mejorar la calidad, aspectos que finalmente favorecen al consumidor. Además de los beneficios para el consumidor, la economía en general se ve beneficiada en el tanto, la competencia incentiva la inversión y el crecimiento. Precisamente, en virtud de la importancia que tiene el impulsar y garantizar la libre competencia, es que resulta fundamental la función de la Comisión.

Mercado

Se puede interpretar como cualquier demanda real o potencial de bienes o servicios que se vea satisfecha por la oferta de dichos bienes y sus sustitutos. En términos generales se entiende como el ámbito donde los compradores y vendedores negocian para el intercambio de bienes y servicios. El intercambio lleva a que los precios de los bienes y servicios tiendan a equilibrarse.

Monopolio

Es la organización del mercado en la cual sólo hay una empresa que vende un bien o servicio para el cual no existe ningún sustituto próximo. El monopolista posee un alto poder en el mercado para fijar los precios, por lo que su principal crítica es que tiende a aumentar los precios y a disminuir la cantidad ofrecida. Este último punto debe entenderse no sólo como una disminución física de unidades sino que incluye aspectos como la limitación en las posibilidades de opciones de productos para los consumidores.

Monopolio natural

Existe un monopolio natural en un determinado mercado, si una sola empresa puede atender ese mercado a un costo inferior que cualquier combinación de dos o más empresas. Dicho monopolio surge del hecho de que solamente una empresa puede abastecer un mercado de manera eficiente, explotando los beneficios existentes, que le brinda el hecho de que entre mayor es la cantidad producida del bien, más bajo tiende a ser el costo del total de unidades producidas, favoreciendo de esta manera a los consumidores.

Generalmente los monopolios naturales se dan en actividades como los servicios públicos por lo que la forma de proteger al consumidor de abusos es regulando su precio por parte del Estado.

Oligopolio

Es la organización de mercado en que hay pocos vendedores de un bien o servicio de modo que las actividades de un vendedor afectarán a los demás. Los agentes económicos inmersos en este tipo de mercado reconocen este comportamiento y al variar el precio, la producción, la promoción de ventas o la calidad de su producto tienen en cuenta las reacciones de los demás vendedores.

Prácticas monopolísticas o prácticas anticompetitivas

Se refieren a una serie de prácticas comerciales en las que un agente económico o un grupo de agentes pueden incurrir con el fin de restringir la competencia en el mercado. Con ello procuran mantener o mejorar su posición relativa o sus utilidades, sin ofrecer necesariamente bienes y servicios a más bajo costo ni de mejor calidad. Estas conductas, por sus efectos, se asemejan situaciones monopólicas u oligopólicas que eliminan opciones en perjuicio del consumidor.

CAPITULO III: PRESENTACION, ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

3.1 Análisis de Resultados

ENTREVISTADO 01		
Preguntas	Análisis	Interpretación
¿De qué manera los mecanismos restrictivos para concentración de medios de comunicación podrían garantizar el derecho a la información de los ciudadanos?	La concentración de los medios de comunicación de manera indebida ya sea horizontal, vertical, generan de alguna manera riesgos, tales como la concentración del poder político en manos de quien tienen poder económico.	Considerando lo señalado por Ronnie Farfán Sousa en su trabajo titulado <i>La prohibición constitucional de la concentración de la propiedad de los medios de comunicación</i> señala que Las concentraciones empresariales en el sector de las comunicaciones suelen ser de tres tipos: horizontales, verticales y diagonales o cruzadas. ¹ Sin embargo señala el entrevistado

¹ En esa medida, la concentración horizontal o de expansión monomedia se presenta cuando una firma se expande con el objetivo de producir una variedad de productos finales dentro de la misma actividad, con el objeto de acrecentar la cuota de mercado. En segundo lugar, la integración o expansión vertical tiene lugar cuando la fusión o adquisición de una empresa se produce hacia adelante o atrás en la cadena de valor. En este caso las empresas se expanden con el objetivo de abarcar las distintas fases de la producción, desde las materias primas al producto acabado para obtener reducción de costos y mejor aprovisionamiento. En tercer lugar aparecen los conglomerados o los supuestos de crecimiento diagonal o propiedad cruzada, casos en los cuales se trata de buscar la diversificación fuera de la rama de origen con el objetivo de reducir y compensar riesgos a través de la creación de sinergia (por ejemplo, cuando un mismo grupo empresarial es propietario de medios de prensa escrita y quiere ser propietario de medios audiovisuales)

		que pueden producir riesgos cuando se presenta la figura de la concentración de medios.
¿De qué manera los límites al poder del mercado informativo podrían garantizar el derecho a la información de los ciudadanos?	Es necesario limitar el poder del mercado que tienen algunos medios en razón que los medios atraen el interés de las personas, los intereses que están detrás de una noticia y de las intenciones que tienen un medio cuando apoya una parcialidad, es para tomar medidas.	Existen determinados mercados que no pueden ser sometidos a las reglas ordinarias del mercado como es el caso de los mercados informativos o las industrias de medios de comunicación y que, por el contrario, requieren ser limitados cuando concentran poder dentro del mercado.
¿De qué manera la contrastación del contenido de noticias y comentarios que pueden dar indicios de concentración de comunicación por autoridad especializada podría garantizar el derecho a la información de los ciudadanos?	La contrastación sobre la información que propaga un medio de comunicación requiere sin duda de una entidad con personas especializadas que tengan en cuenta el tipo de medio de comunicación, las fuentes y el contenido del mismo. Por ello es necesario recalcar que dicha autoridad debe contar con personal	Podemos decir que el entrevistado considera necesario que se establezcan por vía legislativa, en aras de desarrollar correctamente el mandato constitucional y favorecer la previsibilidad y seguridad jurídica para todos los casos futuros, que se establezca concretamente cuáles son los porcentajes que

	especializado.	determinarían un supuesto de acaparamiento en cada uno de los mercados de comunicación y las noticias que se quieren publicar, pero con intervención de personal especializado.
--	----------------	---

ENTREVISTADO 02

Preguntas	Análisis	Interpretación
¿De qué manera mecanismos restrictivos para concentración de medios de comunicación podrían garantizar el derecho a la información de los ciudadanos?	Los medios de comunicación como lo es la prensa escrita, cumplen un rol muy relevante de mantener informada a la población sobre el acontecer local y mundial desde diferentes plataformas, esa información de distorsiona cuando se produce la concentración de medios.	En el caso del Perú, nuestra Constitución, ha establecido expresamente la limitación en la concentración de la propiedad de los medios de comunicación prohibiendo el monopolio en estos medios así como su acaparamiento, porque como señala el entrevistado la prensa cumple una función muy importante ante la sociedad.
¿De qué manera límites al poder del mercado	El Comercio, creemos es la más grande empresa,	Se puede decir que la limitación a la

<p>informativo podrían garantizar el derecho a la información de los ciudadanos?</p>	<p>es un compañía de medios impresos que concentra información, convirtiéndose en el principal regulador para muchos de las decisiones que toman las personas sobre compras entre otros, y ello requiere limitarse porque es peligroso si es que se persigue beneficiar a alguna empresa en particular.</p>	<p>concentración es válida por sí misma en la medida que distribuye el poder que ejercen los medios de comunicación y no porque garantiza necesariamente el pluralismo informativo.</p>
<p>¿De qué manera la contrastación del contenido de noticias y comentarios que pueden dar indicios de concentración de comunicación por autoridad especializada podría garantizar el derecho a la información de los ciudadanos?</p>	<p>Siempre hemos escuchado y leído respecto al papel que juegan las autoridades en este tipo de situaciones, entonces es necesario evaluar, supervisar y tener claro cuando nos encontramos con noticias o información que brinda un medio se encuentra bajo los indicios de concentración de medios.</p>	<p>Se puede decir que es necesario la designación de autoridad especializada ante la ausencia de regulación que ha permitido la concentración de la propiedad ya que no se encuentra limitada en el caso de la prensa escrita.</p>

3.2 Discusión de Resultados

Antes de contrastar información obtenida de la aplicación de la guía de la entrevista, es necesario recordar lo que señalan algunos autores respecto a que la comunicación del pensamiento y de las opiniones se ha visto afectada por una doble evolución. Por un lado, el vertiginoso e incesante crecimiento de la prensa, la radio y la televisión, los cuales son constantemente puestos en cuestionamiento por lo que hacen, por lo que no hacen, por lo que dicen o por lo que no dicen.

Es así que las entrevistadas manifiestan estar de acuerdo con la dación de mecanismos restrictivos para concentración de medios de comunicación que eviten el derecho a la información de los ciudadanos, el mismo que según la (UNESCO, 2004) "El derecho a la información es un derecho universal, inviolable e inalterable del hombre moderno, puesto que se funda en la naturaleza del hombre. Se trata de un derecho activo y pasivo: por una parte, la búsqueda de la información; y por la otra, la posibilidad de todos a recibirla". (p. 15). Es así que considerando lo señalado por los entrevistados y la UNESCO, podemos decir que es necesario establecer mecanismos que eviten de alguna manera la concentración de medios de comunicación toda vez que pueden vulnerar los derechos de los ciudadanos entre los que planteamos el derecho a la información.

Considerando que el poder de mercado se encuentra definido por la mayoría de los autores como la capacidad de los operadores económicos para influir significativamente en el mercado. Dicha capacidad se puede alcanzar de manera individual o colectiva.

Tienen poder de mercado u ostentan posición de dominio los operadores económicos que, por cualquier medio, sean capaces de actuar de modo independiente con prescindencia de sus competidores, compradores, clientes, proveedores, consumidores, usuarios, distribuidores u otros sujetos que

participen en el mercado y teniendo en cuenta que los entrevistados señalan la necesidad de limitar al poder del mercado informativo para garantizar el derecho a la información de los ciudadanos y además según (Dodds Berger, 2011) el análisis se centra en el mercado, en el lugar que tenga determinada empresa dentro de él, y lo que se busca es determinar su posición más o menos dominante. (p. 40). A partir de ella se hace necesario establecer cuáles serían los límites para evitar el poder del mercado.

La contrastación del contenido de noticias y comentarios que pueden dar indicios de concentración de comunicación por autoridad especializada de tal manera que el derecho a la información de los ciudadanos estaría garantizada ello lo señalan los entrevistados y por otro lado dice (Huamán Flores & Becerra Gómez, 2014) En el Perú solo existe regulación para la radio y la televisión en cuanto a concentración de propiedad. Entonces podemos decir que se hace necesaria la intervención de autoridad especializada que intervenga a fin de recibir una Información sobre la calidad a pesar que ella no está distribuida asimétricamente.

3.3 Conclusiones

1. Como resultados de las investigaciones que se desarrolló se evidencia que en el Perú se hace necesario la implementación de algunos mecanismos restrictivos para evitar la concentración de medios de comunicación y así garantizar de alguna manera el derecho a la información de los ciudadanos entre otros derechos.
2. El Poder del mercado, así como la asimetría en la información son dos fallos del mercado que relacionan con el derecho a la información y por esta razón se hace necesario pensar en establecer límites específicamente al poder del mercado informativo porque sería la única manera de garantizar el derecho a la información de los ciudadanos.
3. Las noticias y comentarios que se publican en los diversos medios de comunicación especialmente en la prensa escrita requieren ser evaluadas antes que publicadas, siendo necesaria la intervención de autoridad especializada la que se encargue de contrastación del contenido de noticias y comentarios que pueden dar indicios de concentración de comunicación por autoridad especializada y así se pueda garantizar el derecho a una información real y oportuna.

Recomendaciones

1. Las leyes, decretos leyes, directivas y demás normas antimonopólicas sobre los medios de comunicación deben garantizar irrestrictamente el cumplimiento de su cometido. Si así no fuese, el Estado hará cumplir lo que dice la Constitución Política del Perú en su Artículo 61° "... La prensa, la radio, la televisión y los demás medios de expresión y de 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 indirecta, por parte del Estado ni de particulares".
2. La concentración de la propiedad o monopolio de la prensa escrita debe incluirse en la Ley N° 28278, por cuanto, se considerará acaparamiento el que una persona natural o jurídica, sea titular del mayor porcentaje de la propiedad o integre por fusión la mayor parte de los medios de prensa, como es el caso de *El Comercio*, y recorte a los ciudadanos el derecho a la libertad de información.
3. Todas las personas o ciudadanos debemos exigir el fiel cumplimiento del derecho a la libre expresión y libertad de información, de conformidad con la Constitución peruana, Artículo 2°, 4 que dice: "Toda persona tiene derecho: 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". El incumplimiento de este derecho atenta contra la persona, la ciudadanía y la democracia de un país.

3.4 Referencias bibliográficas

- Carrasco, s. (2008). *Métodos de la investigación científica*.
- Carril Abarca, C. (2008). *Libertad de expresión y derecho a la informaicón en Chile: Efecto de la concentración dela Radio FM*. Santiago de Chile: Universidad de Chile.
- Cegarra Sánchez, J. (2012). *Los Métodos de Investigación*. Madrid: Díaz de Santos.
- Chipana Catalán, J. (2013). *Los árbitros en la Ley de Arbitraje. Bases para una Reforma del Título III del Decreto Legislativo N°1071*. Lima: PUCP.
- Deza Rivasplata, J. M., & Muñoz Ledesma, S. (2008). *Metodología de la Investigación Científica*. Lima: Ediciones Universidad Alas Peruanas.
- Dodds Berger, D. (2011). *Concentración de medios y libertad de comunicación*. Santiago de Chile: Universidad de Chile.
- Fierro Valle, E. (2014). Conflicto de intereses en el arbitraje internaiconal: El fenómeno del Double-Hatting. *Revista Arbitraje PUCP*, 184.
- Gómez, M. M. (2005). *Introducción a la Metodología de la Investigación Científica*. Córdova: Brujas.
- González-Soria, J., & Moreno de la Santa. (2015). Las responsabilidades delos árbitros. *Revista de Derecho UNED*, 861.
- Hernández, R., Fernández, & Baptista, P. (2006). *Metodología de la Investigación*. México: Graw-Hill.
- Hoffmann-Riem, W. (2002). *Retos que la Libertad de Comunicación plantea al Derecho*. UNED.
- Huamán Flores, F., & Becerra Gómez, C. (2014). *Debate sobre la concentración de medios en el Perú: el caso de la fusión del grupo El Comercio con el Grupo EPENSA*. Lima: PUCP.
- Hurtado León, I., & Toro , G. J. (2007). *Paradigmas y métodos de investigación en tiempos de cambios*. Caracas: CEC.S.A.
- Kerlinger, K. (1979). *Enfoque conceptual de la Investigación del comportamiento*. Méxcio: Interamericana.

- Lapiedra Alcamí, R. (2003). *La intervención judicial en la adopción de medidas cautelares en el arbitraje comercial internaional*. Valencia: Universidad de Valencia.
- Naupas, P. H. (2014). *Metodología de la Investigación Cuantitativa -ñ Cualitativa y Redacción de Tesis*. Bogotá: Ediciones de la U.
- Ortiz Castro, J. (2005). *Aproximación Metodológica a los Niveles Jurídico - Políticos de la Investigación Social*. Medellín: UNiversidad de Medellín.
- Ortiz Flores. (2010). *Importancia de Incorporación Temprana a la Investigaición Científica*.
- Pérez Gómez, A. (2002). *El control de las concertaciones de medios de comunicación*. Madrid: Dykinson.
- Pérez Serrano, J. (2006). *La concentración de medios en España: Análisis de casos relevantes en radio, prensa y televisión*. Madrid: Universidad Complutense de Madrid.
- Prieto, F. (2003). *Fomento y diversificación de las expotaciones de servicios*. Santiago de Chile: CEPAL.
- Quiñones Gómez, C. (2012). Poderes de los árbitros vs. adopción de medidas cautelares: Un motivo de tensión el arbitraje naiconal. *Revista de Derecho*, 37 y ss.
- Ramírez Jefferson, M. E. (2013). *Glosario Básico de Metodología de la Investigación*. Lima: Grupo Time.
- Reyes Sinisterra, C. (2016). Las Medidas Cautelares Anticipatorias e Innovadoras en el Proceso Arbitral en Colombia. *Vniversitas*, 389-422.
- Rivera Vilchez, W. (2008). *El arbitraje en el Perú*. Lima: USMP.
- Romero Valbuena, I. (2003). *Régimen Comercio Exterior de Servicios un Enfoque Practico*. Bogotá D. C.: Pontificia Universidad Javeriana.
- Ruiz Alabuenága, J. (2012). *Metodología de la Investigación Cualitativa*. Bilbao: Deusto.
- Sunkel, G., & Geoffroy, E. (2001). *Concentración Económica de los Medios de Comunicación*. Santiago: Edin.

- Tamayo y Tamayo, M. (1995). *Diccionario de la Investigación Científica*. México D.F.: LIMUSA, S.A.
- Tamayo y Tmayo. (1997). *El Proceso de investigación científica*. México: Limusa-Noriga Editores.
- UNESCO. (2004). *El Derecho de Acceso de los ciudadanos a la información pública*. San José: UNESCO.
- Velasco Pérez, A. (2014). Decreto y ejecución de las medidas preventivas en el arbitraje. *Revista de Estudios Interdisciplinarios en Ciencias Sociales*, 80-94.
- Viguria Chavez, C. (2012). *El consumidor financiero: Necesidad de su implementación en el Sistema Nacional de protección al consumidor*. Lima: PUCP.
- Zuñiga Maraví, R. (2014). *La eficacia del arbitraje como mecanismo de resolución de controversias empresariales a luz de la teoría contractual y la teoría jurisdiccional sobre su naturaleza jurídica*. Lima : PUCP.

ANEXOS

Matriz de Consistencia

Encuesta - Cuestionario de preguntas

Validación de instrumento por expertos

TÍTULO: "MECANISMOS RESTRICTIVOS PARA CONCENTRACIÓN DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y EL DERECHO LA INFORMACIÓN DE LOS CIUDADANOS, LIMA. 2016"

Problema general	Objetivo general	Supuestos	Categorías	Dimensiones	Diseño metodológico
¿De qué manera los mecanismos restrictivos para la concentración de medios de comunicación podrán garantizar el derecho a la información de los ciudadanos?	Determinar los mecanismos restrictivos para la concentración de medios de comunicación que garanticen el derecho a la información de los ciudadanos.	Es importante analizar los mecanismos restrictivos para la concentración de medios de comunicación que garanticen el derecho a la información de los ciudadanos.	Categoría 1 Concentración de medios de comunicación	1.1. Poder del mercado informativo 1.2. Difusión de noticias y comentarios	1. Diseño de la Investigación: No Experimental 2. Tipo y Nivel de la Investigación: Tipo: Básica Nivel: Descriptiva, Transversal 3. Enfoque de la Investigación: Cualitativa 4. Método de la Investigación: Inductivo-fenomenológico 5. Población y Muestra: Población: Docentes Especialistas Muestra: 2 Docentes Especialistas 6. Técnica e Instrumento de Recolección de Datos: Técnica: La entrevista Instrumento: Guía de la entrevista
Problemas específicos -¿De qué manera los límites del poder del mercado informativo podrán garantizar el derecho a la información de los ciudadanos?	Objetivos específicos - Establecer los límites del poder del mercado informativo que garanticen el derecho a la información de los ciudadanos.	Supuestos específicos -Es importante analizar los límites del poder del mercado informativo que garanticen el derecho a la información de los ciudadanos.	Categoría 2 Derecho a la información de ciudadanos	2.1. Derecho constitucional 2.2. Derecho del consumidor	
-¿De qué manera la contrastación de noticias y comentarios pueden dar indicios de concentración de comunicación por autoridad especializada podrá garantizar el derecho a la información de los ciudadanos?	-Establecer la contrastación del contenido de noticias y comentarios que pueden dar indicios de concentración de comunicación por autoridad especializada que garantice el derecho a la información de los ciudadanos.	-Es importante analizar la contrastación del contenido de noticias y comentarios que pueden dar indicios de concentración de comunicación por autoridad especializada que garantice el derecho a la información de los ciudadanos.			



**FACULTAD DE DERECHO Y CIENCIA POLÍTICA
ESCUELA PROFESIONAL DE DERECHO**

GUÍA DE LA ENTREVISTA

**“MECANISMOS RESTRICTIVOS PARA LA CONCENTRACIÓN DE MEDIOS DE
COMUNICACIÓN Y EL DERECHO LA INFORMACIÓN DE LOS CIUDADANOS,
LIMA. 2016”**

¿De qué manera los mecanismos restrictivos para la concentración de medios de comunicación podrían garantizar el derecho a la información de los ciudadanos?

¿De qué manera límites al poder del mercado informativo podrían garantizar el derecho a la información de los ciudadanos?

¿De qué manera la contrastación del contenido de noticias y comentarios que pueden dar indicios de concentración de comunicación por autoridad especializada podría garantizar el derecho a la información de los ciudadanos?

4

