

Constitución y Medios de Comunicación: hacia un modelo a favor de la libertad de expresión e información¹

Julia Yareth Romero Herrera²
Pontificia Universidad Católica del Perú
jromeroh@pucp.edu.pe

Resumen:

El texto analiza las funciones que desempeñan los medios de comunicación en el marco de un Estado Constitucional, así como los riesgos a la libertad de expresión e información de optarse por un modelo de mercado.

Abstract: The judgment analyzes the functions performed by mass media in the scope of a Constitutional State, as well as the risks to which freedom of expression and information are exposed in case it is opted for market model.

Palabras claves: Medios de comunicación, libertad de expresión e información, función social.

1. A modo de presentación

A los medios de comunicación se les ha caracterizado como el vehículo que materializa la libertad de expresión y de información ya que sirven como medio para ejercer estos derechos, pero decir que su ámbito de protección se agota en ello sería desconocer lo vital que estos representan en el ejercicio de otros derechos y en el Estado Constitucional en sí; es por ello que, en el caso peruano, la Constitución regula una serie de ámbitos en los artículos 2.4 y 14³ donde los medios de comunicación deben participar (informar, opinar, apoyar en la educación y formación moral y cultural), reconociendo el rol que desempeñan en los diversos contornos de la sociedad y el Estado. Además, el artículo 61 de la misma Carta establece las condiciones bajo las cuales los medios de comunicación puedan llegar a realizar sus actividades, siendo que la persona jurídica o medio de comunicación debe ejercer sus derechos fundamentales sin llegar a una situación que desborde los márgenes constitucionales.

¹ Ponencia presentada en las V Jornadas Latinoamericanas de Derechos Fundamentales realizado los días 16, 17 y 18 de octubre de 2018 por Centro de Estudios Constitucionales de Chile y Programa de Doctorado en Derecho Universidad de Talca, Chile.

² Maestranda en la Maestría en Derecho Constitucional en la Pontificia Universidad Católica del Perú, adjunta de docencia en el curso de Derechos Fundamentales e Interpretación Constitucional en la misma casa de estudios. Bachiller en Derecho por la Universidad Nacional Mayor de San Marcos, asistente académica de la cátedra de Derechos Fundamentales en esta misma universidad. Miembro Emérito del Circulo de Derechos Humanos de la UNMSM.

³ Para el caso de los medios de comunicación estatales, el artículo 35 de la Constitución del Perú establece el deber de apoyar en la difusión de la publicidad política en épocas electorales.

Al respecto, se puede señalar que la situación peruana no es distinta a los Estados de nuestra región, y es que el reconocimiento constitucional de los medios de comunicación pasa por reconocer a uno de los actores vitales de la sociedad que refuerza al mismo Estado.

Asimismo, los medios de comunicación tienen una posición especial en el ámbito de lo público ya que tienen una posición en el respeto y garantía del pluralismo informativo, lo que algunos han llamado “sujeción pluralista de los medios de comunicación”⁴; a ello acompaña el rol trascendental que cumplen para con la democracia, esto es, impulsar la participación en el libre debate de ideas, en el desarrollo de la opinión pública a través de la información, fiscalización al Estado en su quehacer. Por todo ello, se puede señalar que contribuyen al espacio público democrático-pluralista.

Ahora, en el ámbito de lo público, los medios de comunicación ocupan una ubicación en relación al Estado y a la sociedad, en relación al primero, existe una función de vigilancia a los poderes estatales, en relación al segundo, el dotar de los elementos para que se pueda desarrollar la opinión pública. Así también, el Estado debe garantizar el funcionamiento de los medios de comunicación como exigencia democrática, como garantía del derecho a ser informado de la sociedad y de la libertad de expresión e información. Por último, la sociedad exigirá tanto al Estado como a los medios de comunicación el respeto y la garantía del pluralismo informativo.

Esta compleja posición en la que se encuentran los medios de comunicación es lo que justifica que nos detengamos un momento en analizar su relación con la democracia, las funciones constitucionales que deben cumplir, los derechos involucrados y sobre todo, en el modelo que ha de optarse a fin de preservar la pluralidad informativa pese a los intereses privados de los dueños de los medios de comunicación privados.

2. Constitución como norma fundamental del Estado y la sociedad

Como fundamento básico del Estado Constitucional, debemos resaltar que la Constitución es el orden jurídico fundamental no solo del Estado, sino también de la sociedad⁵, ello es así debido a que no solo positiviza las normas bajo las cuales han de constituirse y organizarse los órganos del Estado, sino que además ordena las esferas esenciales para la convivencia de una sociedad plural, de esa manera, la Constitución “comprende las estructuras básicas de cualquier sociedad pluralista”⁶.

⁴ HÄBERLE, Peter. *El Estado Constitucional*. Universidad Nacional Autónoma de México - Instituto de Investigaciones Jurídicas, Segunda edición, México, 2016, p.288.

⁵ HÄBERLE, Peter. *El Estado Constitucional*. Universidad Nacional Autónoma de México - Instituto de Investigaciones Jurídicas, Segunda Edición, México, 2016, p.3. y HÄBERLE, Peter. *Pluralismo y Constitución: estudios de teoría constitucional de la sociedad abierta*. Tecnos, Segunda edición, Madrid, 2014, p. 87.

Además, como señala Konrad Hesse, no puede afirmarse una contradicción entre Estado y sociedad, como tradicionalmente se ha hecho, pues “la importancia actual del Estado para la vida económica y social, así como la influencia de lo social sobre la actividad estatal e, incluso, la participación social en aquel, excluyen una contraposición”⁷. Y ello se apreciará en las interacciones que realizan los medios de comunicación en relación a ambos y como parte de la misma sociedad.

La comprensión de este carácter es relevante, no solo porque nos recuerda que el acto constitucional involucra la constitución del Estado, sino también el de la sociedad, y es que “no puede existir Estado ni sociedad “al margen de” ni “fuera de” la Constitución”. Además, como consecuencia de ello se desprende la justificación de la vinculación de la Constitución en los distintos ámbitos de la vida de la comunidad; de esa manera la influencia de la norma fundamental no solo alcanza a los poderes públicos, también lo hace a los particulares⁸ tanto en un ámbito de lo público y lo privado⁹, como lo es el medio de comunicación.

En efecto, entre los particulares vinculados a la Constitución encontramos a los medios de comunicación, pues estos no solo están obligados, de manera general, a respetar las disposiciones constitucionales, sino que de manera específica el constituyente – en el caso peruano- les ha establecido algunos mandatos en el ámbito de la educación y materia electoral. Así, en el artículo 14 de la Constitución Política del Perú señala que “Los medios de comunicación social deben colaborar con el Estado en la educación y en la formación moral y cultural” y en el artículo 35 se indica que “La ley establece normas orientadas a asegurar el funcionamiento democrático de los partidos políticos, y la transparencia en cuanto al origen de sus recursos económicos y el acceso gratuito a los medios de comunicación social de propiedad del Estado en forma proporcional al último resultado electoral general” respectivamente.

Por otro lado, los medios de comunicación asumen la titularidad de derechos fundamentales (libertad de expresión e información, libertad de empresa, derecho a la propiedad, entre otros) y la protección de determinados ámbitos a través de principios y/o garantías (pluralismo informativo, la prensa libre) que la Constitución estable.

Esta doble posición de los medios de comunicación es lo que hace más complejo el análisis de los problemas constitucionales donde ellos están involucrados, pues

⁶ HÄBERLE, Peter. *Pluralismo y Constitución: estudios de teoría constitucional de la sociedad abierta*. Tecnos, Segunda edición, Madrid, 2014, p. 88.

⁷ HESSE, Konrad. *Escritos de Derecho Constitucional*, Centro de Estudios Constitucionales, Madrid, 1883, p. 13

⁸ VILLAVARDE, Ignacio y otros, *Teoría general de los derechos fundamentales en la Constitución española de 1978*, Tecnos, España, 2004, p.179.

⁹ Al respecto necesario mencionar que hay tres los ámbitos en el Estado Constitucional, estos son: el estatal, público-social, y el privado, pero a efectos del tema, el ámbito estatal no es necesario desarrollar. Ver: HÄBERLE, Peter. *Nueve Ensayos Constitucionales y una Lección Jubilar*. Palestra, Perú, 2004. pp.58-59

por un lado son titulares de posiciones *iusfundamentales*, y por otro lado tienen deberes constitucionales que cumplir en razón a las funciones que realizan en el Estado constitucional democrático.

Ahora bien, la determinación de la prevalencia de uno sobre otro va a estar relacionado de algún modo con el ámbito en el que actúan, de acuerdo a cada caso. De esa manera, las personas jurídicas que se desempeñan como medios de comunicación pueden desenvolverse en el ámbito de lo público o de lo privado. En este caso, lo definitivo es identificar qué actividades se enmarcan en cada ámbito y cuáles serían los efectos de ello, para así establecer el alcance de sus obligaciones y del ámbito de protección de los derechos de los medios de comunicación y de la sociedad frente a estos.

3. Funciones de los Medios de Comunicación

Para realizar lo antes descrito, toca abordar las funciones que los medios de comunicación desarrollan. En particular, se la doctrina ha atribuido una “función social” a los medios de comunicación, la cual según Wolfgang Hoffmann-Riem sirve para vincular la actividad de los medios de comunicación con los principios rectores del Estado democrático y con ello “vincularlo a las condiciones empíricas de las sociedades pluralistas y heterogénea”¹⁰.

Es decir, la función social no es otra cosa que el reconocimiento de que el proceso comunicativo rompe la visión individual, trascendiendo en la sociedad, debido a la formación de la opinión pública. Todo ello legitima su posición en nuestro sistema; sin embargo, optar por un sistema donde los medios de comunicación no tengan ningún tipo de límites no podría ser concebido, pues acarrearía perjuicios para el mismo Estado Constitucional. Por ello, el establecimiento de ciertos límites resulta legítimo.

No obstante, por las mismas características del modelo en el que están insertados (predominio del sector comercial y por la concentración de la propiedad) la configuración de medidas de control es cada vez más difícil. Es por ello que esta función pública representa sobre todo una meta hacia el desarrollo legítimo de los medios¹¹.

No obstante, a continuación, desarrollaremos una serie de funciones que consideramos se desprenden de la Constitución, ahora, cuando hablamos de “funciones” nos referimos a las tareas que los medios de comunicación realizan en la sociedad como expresión de los mandatos constitucionales dirigidos al desarrollo de la opinión pública.

¹⁰ HOFFMANN-RIEM, Wolfgang. “Libertad de Comunicación y de Medio”. En BENDA, Hernst y otros. *Manual de Derecho Constitucional*, Marcial Pons, Segunda edición, Barcelona, 2001, p. 156.

¹¹ HOFFMANN-RIEM, Wolfgang. “Libertad de Comunicación y de Medio”. En BENDA, Hernst y otros. *Manual de Derecho Constitucional*, Marcial Pons, Segunda edición, Barcelona, 2001, p. 157.

3.1. Función informativa

Como una vertiente tradicional, los medios de comunicación han desempeñado el rol de la transmisión de los datos informativos desde sus orígenes en la prensa escrita, incluyéndose en ella las divulgaciones de posiciones subjetivas, difusión de imágenes de la realidad social, las decisiones u prácticas políticas, visiones del entorno vital interpretación del pasado y propuestas para el futuro, entre otros más¹².

Ya señalaba Luigi Ferrajoli que la información difundida por los medios de comunicación “es objeto de un autónomo interés público y colectivo, implícito en todos los principios de la democracia política: de la transparencia de los poderes públicos al control popular sobre su ejercicio, hasta la representatividad y la responsabilidad de los elegidos ante los lectores”¹³. Es por ello que esta función desde luego que tiene transcendencia política pues la información que se difunde puede afectar la organización de la sociedad y las prácticas que pueden realizarse en su contexto, y sobre todo porque los medios de comunicación informan sobre los asuntos públicos, en especial los del sistema político: estructuras, grupos, decisiones, conductas, personas etc¹⁴.

Ahora, esta difusión de información no puede ser comprendida de manera restrictiva, ya que también puede tener un carácter distinto al descrito, pues alcanzaría la transmisión de conocimientos y de actividades de recreación o entretenimiento – donde se van a ver implicados otros derechos como el derecho a la educación y derecho a la recreación–¹⁵.

3.2. Función conformadora de la opinión pública

Previamente se ha mencionado la función coadyuvante en el debate público¹⁶ que desempeñan los medios de comunicación no solo proporcionando información sino también por ser el medio de expresión de la sociedad, y es que en un debate democrático no solo se debe escuchar a los directamente implicados, sino también se exige mayor participación de la sociedad, pues “la opinión pública es el resultado de un proceso de discusión en libertad”¹⁷ y su escenario proyectado hoy

¹² SAAVEDRA, Modesto. *La libertad de expresión en el Estado de Derecho: entre la utopía y la realidad*, Ariel, Barcelona, 1987, p. 29.

¹³ FERRAJOLI, Luigi. *Poderes salvajes. La crisis de la democracia constitucional*, Mínima Trotta, Madrid, 2011, p. 81.

¹⁴ SAAVEDRA, Modesto *La libertad de expresión en el Estado de Derecho: entre la utopía y la realidad*, Ariel, Barcelona, 1987, p. 30.

¹⁵ Hacer esta diferenciación es relevante, pues un acto que impida la difusión de una información con determinado carácter podría también afectar el ámbito de protección de otro derecho fundamental distinto a la libertad de información y podríamos encontrarnos frente a una concurrencia de derechos fundamentales.

¹⁶ CIDH. *Marco Jurídico Interamericano sobre el derecho a la libertad de expresión*. Relatoría Especial para la Libertad de Expresión, p. 61.

¹⁷ RALLO. Artemi. *Pluralismo informativo y constitución*. Editorial Tirant lo Blanch, Valencia, 2000, p. 62.

en la prensa, televisión y radio deben respetar esta pluralidad para que se desarrolle la opinión pública.

También es cierto que los medios de comunicación van a ejercer un gran control sobre lo que se discute y como se discute por el rol determinante en la agenda de problemas a resolver a nivel nacional (*agenda setting*). En esa línea, Jürgen Habermas afirma que en los medios de comunicación recae la “selección y presentación de las emisiones y que en cierto grado controlan el acceso de temas, contribuciones y autores al espacio de la opinión pública”¹⁸. Este control sobre la agenda determinará la dirección sobre la cual se conformará la opinión pública.

A esto se suma que el mismo proceso comunicativo es un proceso social no equitativo, pues el receptor no está en las mismas condiciones que el comunicador¹⁹, es por ello que en tutela de los intereses de los receptores el Estado también debe tomar una postura de exigencia de que los medios de comunicación sean libres, independientes, y pluralistas, como también lo han exigido las organizaciones internacionales en la materia²⁰ para una adecuada formación de la opinión pública.

De lo señalado, se puede concluir hasta el momento que la protección a los medios de comunicación es porque cumple la función de garantizar la libertad en el proceso de formación de la opinión pública, ese sería el fin constitucionalmente establecido²¹.

3.3. Función de garantía de la democracia

De forma general, se ha planteado que como síntoma democrático se debe respetar el ejercicio de la libertad de expresión e información de los medios de comunicación, pues además de servir para difundir los propios pensamientos e informaciones, al mismo tiempo, “permitir acceder a las ideas [...] opiniones y manifestaciones culturales de otras personas”²², lo que expresa el respecto al reconocimiento de la pluralidad social, la misma que exige se le proporcione diversas fuentes de información oportuna.

¹⁸ HABERMAS, Jürgen. *Facticidad y Validez: Sobre el derecho y el Estado democrático de derecho en términos de teoría del discurso*, Cuarta edición, Madrid, España, Editorial Trotta, 2001, p. 457.

¹⁹ HOFFMANN-RIEM, Wolfgang. “Libertad de Comunicación y de Medio”. En BENDA, Hernst y otros, *Manual de Derecho Constitucional*, Marcial Pons, Segunda edición, Barcelona, 2001, p.144.

²⁰ Así, en la Declaración conjunta de 1999 del Relator Especial de Naciones Unidas sobre Libertad de Opinión y de Expresión, Representante de la OSCE sobre Libertad de los Medios de Comunicación, y el Relator Especial de la OEA sobre Libertad de Expresión recalcaron que “los medios de comunicación independientes y pluralistas son esenciales para una sociedad libre y abierta y un gobierno responsable”.

²¹ ARENAS, Mónica. “El régimen jurídico de los medios de comunicación en Alemania”. *Teoría y Realidad Constitucional*, Núm. 36, 2015, p.540.

²² CIDH. *Estándares de libertad de expresión para una radiodifusión libre e incluyente*. Relatoría Especial para la Libertad de Expresión, 2010, pp. 1-2.

De esa manera se percibe la tesis que concibe a los medios de comunicación como “instrumento de capital importancia para la supervivencia de la democracia”²³, entonces, ante un acto que atente su funcionamiento o su manifestación pluralista acarrearía degeneración de la democracia. Es por ello que en razón a esta función se deben tomar medidas oportunas para prevenir escenarios como el descrito.

3.4. Función de control o vigilancia

Por último, podemos mencionar la función de vigilancia que cumplen los medios de comunicación, pues para informar estos previamente deben investigar y constatar la legitimidad de las actuaciones del Estado (*watchdog*), realizando de esa manera una suerte de control a los poderes del Estado; con dicha labor también advierten sobre los peligros que se van originando. Y como resultado de este proceso, los poderes del Estado se verán obligados a realizar una motivación de sus actuaciones por ser objetos de las investigaciones de los medios de comunicación.

Entonces, esta función nos muestra que los medios de comunicación están al servicio del ciudadano como mecanismos para controlar la gestión del Estado²⁴. Lo que deba estar relacionado con las funciones antes descritas.

3.5. Función educativa

Otra de las funciones que es vital mencionar, es la función educativa que desempeñan los medios de comunicación. En efecto, a través de sus versiones y alcance, los medios llegan a tener una incidencia en la formación de las personas.

4. Modelos de tratamiento de los medios de comunicación

Entonces, de lo dicho hasta el momento, se puede desprender que los medios de comunicación no pueden pasar desapercibidos por las constituciones debido a que ejercen un papel determinante en los Estados democráticos. Al respecto, nos preguntamos ¿qué deben hacer los Estado en relación a ella?, si darles un gran ámbito de libertad o asumir un rol tuitivo.

Se pueden identificar algunos modelos sobre el tratamiento de los medios de comunicación, el mercado y el Estado, entre ellos (1) el modelo de mercado libre, comercial o de competencia donde los medios de comunicación gozan de plena libertad para operar comercialmente, acá se concibe a la información como producto y en tal sentido la presencia del Estado es mínima. Por otro lado, se puede identificar (2) un modelo de servicio público, en donde el modelo se orienta en el bien común y concibe a la información como un servicio público es por ello

²³ SAAVEDRA, Modesto. *La libertad de expresión en el Estado de Derecho: entre la utopía y la realidad*, Ariel, Barcelona, 1987, p. 66.

²⁴ SAAVEDRA, Modesto. *La libertad de expresión en el Estado de Derecho: entre la utopía y la realidad*, Ariel, Barcelona, 1987, p. 59.

que se centra en los servicios de radio y televisión y se presentan restricciones sobre la propiedad de los medios de comunicación (se limita la cantidad de puntos de distribución o prohibiendo que los propietarios de dichos medios de comunicación sean extranjeros); y (3) un modelo mixto de los antes mencionados²⁵.

En la mayoría de los Estados la actividad prestacional desarrollada por los medios de comunicación se puede configurar como servicio público esencial; especialmente en relación a los medios audiovisuales²⁶ debido a la escasez del espacio hertziano, y un modelo de mercado libre o comercial para el caso de la prensa en razón de que en este no se emplea ningún bien de dominio público, es por ello que se ha llegado a conceder gran libertad para operar comercialmente, pero en los últimos años también en el caso de la radio y televisión se ha adoptado un modelo competitivo que ha originado que los medios de comunicación se vean extremadamente concentrados en unas pocas manos²⁷. De esa manera, en la doctrina han identificado algunas características que en el modelo descrito se encuentra la situación de América Latina:

"[...] podría caracterizarse el sistema de medios de comunicación en América Latina por algunos elementos sintomáticos: Los medios son empresas, por lo que sus objetivos se orientan a la maximización de beneficios en detrimento de su antigua 'función militante' por la libertad de información y la calidad periodística. Escasa independencia respecto a las instituciones públicas o privadas que los financian. [...] Convergencia empresarial. Tendencia creciente a dominar el mercado por dinero y no por calidad; así nacen los multimedios monopólicos con alta concentración de la propiedad. La información mediática se convirtió en un negocio empresarial. [...] Convergencia informativa. El modelo de producción de la información se estandariza en procesos de producción de contenidos multimedios; la calidad de cada soporte [...] disminuye, aumenta la autoreferencialidad, la información circula como mercancía. [...] El periodista ya no importa, interesa el negocio económico y político de la empresa mediática."²⁸

Sin embargo, los medios de comunicación en general realizan una función social o misión social y desempeñan funciones que son vitales para el ordenamiento constitucional y democrático, de ahí que el Estado no pueda ser ajeno o

²⁵ RABOY, Marc y Marcelo SOLERVICENS. "Medios de comunicación". En AMBROSI, Alain, Valérie PEUGEOT y Daniel PIMIENTA (Coord.) *Palabras en Juego: Enfoques Multiculturales sobre las Sociedades de la Información*. C & F Éditions, 2005), p. 504 y ss.

²⁶ RODRÍGUEZ, José Antonio. *El control de los medios de comunicación: la participación de los grupos ideológicos en el control de los medios de comunicación*, Centro universitario Ramón Carande y Dykinson, Madrid, 1998, p.11.

²⁷ UNESCO. *Tendencias mundiales en libertad de expresión y desarrollo de los medios: Situación regional en América Latina y El Caribe*, Sector comunicación e información, Montevideo, 2014, p. 14, disponible en: <http://unesdoc.unesco.org/images/0022/002290/229042S.pdf>

²⁸ MAGRINI, Ana Lucía y RINCÓN, Omar. "Medios de Comunicación y Estado en América Latina, Mucho gobierno y muchos medios, ¿poco periodismo y pocas ciudadanías?". En RINCÓN, Omar (editor). *¿Por qué nos odian tanto? Estado y medios de comunicación en América Latina*. Bogotá: Centro de Competencia en Comunicación para América Latina, 2010, 313-318.

indiferente a las acciones de los medios de comunicación como empresas en el mercado, sino que debe intervenir y limitar actos que serían económicamente rentables. Al respecto, si bien esta supondría intervenciones a los derechos fundamentales de la empresa de comunicación son legítimas en aras de preservar las mismas funciones vitales que desempeñan los medios de comunicación.

4. A modo de conclusión

Es cierto que se debe reconocer que el medio de comunicación debe tener una libertad para que como empresa pueda transmitir su información y la publicidad, pero será necesario que el Estado tenga que intervenir en resguardo de la consecución efectiva de las funciones que esta realiza, para ello también se debe tomar en cuenta las diferencias que existen de acuerdo al tipo de medio a regularse.

Por otro lado, en el marco del tipo de modelo a optarse, si optamos por el modelo donde la información es vista como un producto la concentración del mercado de más del 70% sería legítima hasta cierto grado, pero si se opta por el modelo donde la información se constituye como un servicio, entonces dicho acto estaría mal visto en el Estado Constitucional.

Por ello, es necesario establecer como tarea del quehacer constitucional el análisis sobre el modelo en el que ubicamos a los medios de comunicación, sobre todo porque en el marco de un Estado Constitucional, si bien se reconocen libertades económicas, también se reconocen derechos y principios fundamentales en el ámbito de lo públicos, por ello, el dilema es optar por una solución en donde se pueda coordinar los intereses de ambo.

Bibliografía

- ALLO, Artemi (2000). *Pluralismo informativo y constitución*. Editorial Tirant lo Blanch, Valencia.
- ARENAS, Mónica (2015). "El régimen jurídico de los medios de comunicación en Alemania". *Teoría y Realidad Constitucional*, (N° 36), pp. 539-588.
- CIDH (2010). *Estándares de libertad de expresión para una radiodifusión libre e incluyente*. Relatoría Especial para la Libertad de Expresión.
- CIDH (2010). *Marco Jurídico Interamericano sobre el derecho a la libertad de expresión*. Relatoría Especial para la Libertad de Expresión.
- FERRAJOLI, Luigi (2011). *Poderes salvajes. La crisis de la democracia constitucional*, Mínima Trotta, Madrid.
- HÄBERLE, Peter (2016). *El Estado Constitucional*. Universidad Nacional Autónoma de México - Instituto de Investigaciones Jurídicas, Segunda edición, México.

- HÄBERLE, Peter (2014). *Pluralismo y Constitución: estudios de teoría constitucional de la sociedad abierta*. Tecnos, Segunda edición, Madrid.
- HÄBERLE (2004), Peter. *Nueve Ensayos Constitucionales y una Lección Jubilar*. Palestra, Perú.
- HABERMAS, Jürgen (2001). *Facticidad y Validez: Sobre el derecho y el Estado democrático de derecho en términos de teoría del discurso*, Cuarta edición, Madrid, España, Editorial Trotta.
- HESSE, Konrad (1983). *Escritos de Derecho Constitucional*, Centro de Estudios Constitucionales, Madrid.
- HOFFMANN-RIEM, Wolfgang (2001). "Libertad de Comunicación y de Medio". En BENDA, Hernst y otros. *Manual de Derecho Constitucional*, Marcial Pons, Segunda edición, Barcelona.
- MAGRINI, Ana Lucía y RINCÓN, Omar (2010). "Medios de Comunicación y Estado en América Latina, Mucho gobierno y muchos medios, ¿poco periodismo y pocas ciudadanías?". En RINCÓN, Omar (editor). *¿Por qué nos odian tanto? Estado y medios de comunicación en América Latina*. Bogotá: Centro de Competencia en Comunicación para América Latina, pp. 313-330.
- RABOY, Marc y Marcelo SOLERVICENS (2005). "Medios de comunicación". En AMBROSI, Alain, Valérie PEUGEOT y Daniel PIMIENTA (Coord.) *Palabras en Juego: Enfoques Multiculturales sobre las Sociedades de la Información*. C & F Éditions, pp. 503-526.
- RODRÍGUEZ, José Antonio (1998). *El control de los medios de comunicación: la participación de los grupos ideológicos en el control de los medios de comunicación*, Centro universitario Ramón Carande y Dykinson, Madrid.
- SAAVEDRA, Modesto (1987). *La libertad de expresión en el Estado de Derecho: entre la utopía y la realidad*, Ariel, Barcelona.
- UNESCO (2014). *Tendencias mundiales en libertad de expresión y desarrollo de los medios: Situación regional en América Latina y El Caribe*, Sector comunicación e información, Montevideo, disponible en: <http://unesdoc.unesco.org/images/0022/002290/229042S.pdf>
- VILLAVERDE, Ignacio y otros (2004), *Teoría general de los derechos fundamentales en la Constitución española de 1978*, Tecnos, España.