

PRESENTACIÓN

El derecho de los medios electrónicos y la discusión sobre el impacto de la polémica reforma a las Leyes Federal de Radio y Televisión y Federal de Telecomunicaciones ha dejado más dudas que certezas sobre las debilidades y las fortalezas de este singular proceso legislativo que culminó con las reformas en cuestión. Es por esta razón que en esta obra se dan cita un grupo de académicos con especialidades tanto en materia de radio y televisión como en el ámbito de las telecomunicaciones para analizar las diversas aristas que ofrece esta reforma. El asunto no es menor ni accesorio para el país; antes bien, se aprecia de importancia capital por el papel crecientemente importante de los medios, particularmente los electrónicos, en el ámbito internacional y en México.

En ese contexto, contra lo que pudiera parecer a simple vista, las discusiones de fondo sobre la naturaleza jurídico-política que anima la función social de los medios de comunicación constituyen un bien escaso en nuestro mercado de las ideas. En el mejor de los casos, se suele afirmar que los medios constituyen un cuarto poder; es decir, una visión reformada de la clásica teoría de la división de poderes de Montesquieu, que se ha convertido en moneda de uso en las reflexiones periodísticas.

Las interrogantes son numerosas y las respuestas más bien pocas: ¿constituyen en verdad los medios un cuarto poder? Si no son el cuarto poder, entonces ¿cómo es que definen la agenda de la discusión pública? O más precisamente: ¿cómo sin poder pueden orientar en buena medida el sentido final de la opinión pública? En plena sociedad de la información brindar algunas reflexiones sobre el particular se antoja una tarea necesaria que no había sido abordada hasta ahora.

Jorge Carpizo se ha ocupado del tema y lo hace, además, de manera consistente. En el ensayo “El poder: su naturaleza, su tipología y los medios de comunicación masiva” (*Boletín Mexicano de Derecho Comparado*, México, núm. 95), Carpizo inicia con la reflexión sobre las más importantes definiciones doctrinales que se han vertido sobre la noción de “poder”, para concluir que “el poder es la manera de ordenar, dirigir, conducir, o la posibilidad de imponerse”. La noción de poder para Carpizo encuentra diversas formas de manifestarse. Por ello, ha construido una tipología del poder que resulta ilustrativa para comprender bien a bien los rasgos distintivos del tipo de poder que encarnan los medios de comunicación. De acuerdo con Carpizo, existen seis tipos de poderes: *a)* poder originario, que reside en el pueblo y que crea un orden jurídico; *b)* poder político, que es el poder del Estado que se manifiesta a través de las funciones gubernativas; *c)* poder paternal, que existe al seno de la familia entre padres e hijos; *d)* poder económico; *e)* poder asociativo, que es el que caracteriza a los partidos políticos, a los sindicatos y a las organizaciones de la sociedad civil, y *f)* poder ideológico, que es el poder de los medios de comunicación, de las escuelas y de los intelectuales y creadores.

Para validar sus asertos, Carpizo enumera seis instrumentos a través de los cuales se manifiesta el poder de los medios: *a)* el establecimiento de la agenda nacional; *b)* la espiral del silencio, que hace las veces de círculo concéntrico progresivo de las ideas dominantes o que pueden llegar a serlo y que minimiza las ideas o posturas divergentes; *c)* el proceso de desregulación de los medios en varios países que maximizan libertades y derechos de los medios, y reducen o eliminan responsabilidades y deberes con la sociedad; *d)* la creciente vinculación con los políticos en un proceso de interdependencia para maximizar sus virtudes y minimizar sus defectos; *e)* el camuflaje de los medios que aparecen como un poder “oculto” amparados en la libertad de expresión, y *f)* las encuestas elaboradas por los medios que

no están debidamente reguladas y que se pueden convertir eventualmente en mecanismos de manipulación de la opinión pública.

Y uno puede coincidir en que efectivamente los medios no son un poder político, pero sí son un poder de naturaleza distinta, como se puede advertir todos los días. La sociedad de la información hacia la que nos dirigimos cada día más en México debe adoptar reglas claras del juego mediático en aquellos puntos donde la noción de interés público no coincide con el interés del público. El punto del poder “oculto” de los medios debe ser uno de los aspectos que deben ser estudiados a profundidad.

Con esta entrega editorial se espera coadyuvar a clarificar algunos puntos de los efectos de esta reforma legislativa que todavía tiene frente a sí un recurso de inconstitucionalidad presentado en su momento por un grupo de senadores que invocan violaciones de forma y fondo al proceso legislativo. Es, pues, un tema de actualidad del que no puede estar fuera el debate académico.

Ernesto VILLANUEVA