

Nick Couldry

Medios de  
comunicación.  
Por qué importan



**Alianza** editorial  
El libro de bolsillo

Título original: *Media, Why It Matters*

Traducción de Manuel Cuesta Aguirre

Esta edición ha sido publicada por acuerdo con Polity Press Ltd., Cambridge.

Diseño de colección: Estudio de Manuel Estrada con la colaboración de Roberto Turégano y Lynda Bozarth

Diseño de cubierta: Manuel Estrada

Fotografía de Javier Ayuso

Reservados todos los derechos. El contenido de esta obra está protegido por la Ley, que establece penas de prisión y/o multas, además de las correspondientes indemnizaciones por daños y perjuicios, para quienes reprodujeren, plagiaren, distribuyeren o comunicaren públicamente, en todo o en parte, una obra literaria, artística o científica, o su transformación, interpretación o ejecución artística fijada en cualquier tipo de soporte o comunicada a través de cualquier medio, sin la preceptiva autorización.



Copyright © Nick Couldry, 2020

© de la traducción: Manuel Cuesta Aguirre, 2021

© Alianza Editorial, S. A., Madrid, 2021

Calle Juan Ignacio Luca de Tena, 15

28027 Madrid

[www.alianzaeditorial.es](http://www.alianzaeditorial.es)

ISBN: 978-84-1362-351-1

Depósito legal: M. 7.301-2021

Printed in Spain

Si quiere recibir información periódica sobre las novedades de Alianza Editorial, envíe un correo electrónico a la dirección: [alianzaeditorial@anaya.es](mailto:alianzaeditorial@anaya.es)

# Índice

11	Agradecimientos
15	Introducción
26	1. Conectar
48	2. Representar
72	3. Imaginar
96	4. Compartir
116	5. Gobernar
133	Conclusión
139	Notas
145	Para seguir leyendo



*Para Chris, Imogen y Will*



# Agradecimientos

Este libro se escribió entre junio de 2018 y junio de 2019, es decir, en un periodo de una notable agitación y una creciente controversia en los medios de comunicación, la política y la sociedad de Brasil, Hungría, India, el Reino Unido, los Estados Unidos, Venezuela y muchos otros lugares. He procurado no omitir ese contexto, sino reflejarlo.

Doy las gracias a Pascal Porcheron, de la editorial Polity, por invitarme en 2016 a escribir un libro para la colección *Why It Matters*, por su paciencia con un ritmo de trabajo más lento del inicialmente previsto y por su sagaz aportación de editor. También a Ellen MacDonald-Kramer por su apoyo, y a Justin Dyer por su incisiva y sensible revisión del manuscrito.

Deseo agradecer asimismo a una serie de instituciones y personas sin las cuales el libro, una vez encargado, en ningún caso podría haberse escrito o terminado. En lo que a instituciones se refiere, doy las gracias al

Department of Media and Communications de la London School of Economics and Political Science, que me concedió el año sabático durante el cual se escribió este libro; también al Berkman Klein Center for Internet and Society de Harvard University –así como al programa de Comparative Media Studies del Massachusetts Institute of Technology– por su agradable hospitalidad en el otoño de 2018.

Pasando ahora a las personas, vaya un agradecimiento especial para mi sobrina Isobel Edwards por leer atentamente un primer borrador y asegurarme que sí, que algún avance me veía en el sentido de quitarme de encima esa jerigonza y ese detalle innecesario que suelen entorpecer la escritura académica. Gracias igualmente a Yongchan Kim por asesorarme sobre los medios de comunicación en la historia de Corea, a Kim Schrøder por señalarme la versión original del texto de Stuart Hall del que me ocupó en el segundo capítulo, y a Sonia Livingstone y Rafał Zaborowski por nuestras conversaciones –a lo largo ya de años– sobre ese ejercicio de imaginarse la vida sin medios de comunicación del que se sirven en su asignatura de Media Audiences en la London School of Economics. Muchas gracias también a João Vieira-Magalhães por su asistencia en la labor investigadora y, como siempre, por su excelente ayuda en tantos aspectos de detalle. Agradezco asimismo a tres lectores anónimos de la editorial Polity por unos útiles y constructivos comentarios que me ayudaron a producir una versión mejor. Y gracias de corazón a Louise Edwards no solo por sus observaciones sobre el manuscrito sino, mucho más importante, por tolerar



mis frecuentes distracciones y ausencias durante buena parte del tiempo en que escribí este libro, así como por su habitual lucidez para captar lo que de verdad importa. Los errores que aun así queden, son responsabilidad mía.

Quiero dedicar este libro a Chris Powell, Imogen Crarer y Will Crarer. En su mundo, los medios de comunicación tendrán más peso todavía que en el mío. Si para bien o para mal, no queda otra que esperar y ver.

Nick Couldry  
Islip, cerca de Oxford  
Junio de 2019



# Introducción

Imagina tu vida sin medios de comunicación.

Es un ejercicio estándar en clases sobre el tema, pero es difícil de poner en práctica aunque solo sea durante un día. Es un poco como verse obligado a moverse por una habitación con los ojos vendados. Y sin embargo, imaginar la propia rutina diaria sin medios de comunicación implica algo más que simplemente imaginarse estar privado de uno de los cinco sentidos. Significa imaginarse un mundo que está organizado, como el nuestro, en torno a los medios de comunicación y al presupuesto de que todos tenemos acceso a ellos... y en el que de repente *tú* no tienes la posibilidad de recurrir a los medios de comunicación.

Lo que hace tan arduo ese ejercicio de imaginarse la vida sin medios de comunicación es el acto de imaginación *social* que exige. Nos hemos acostumbrado a organizar la vida social –y la sociedad en general– *a través* de lo que hacemos con los medios de comunicación. Operar

sobre una base diferente, aunque solo sea por un día, nos exige imaginar las rutinas de una sociedad distinta de la sociedad en que vivimos.

Lo complicado de llevar a término ese ejercicio de imaginarse la vida sin medios de comunicación es un ejemplo del problema que identificó, hace sesenta años, el biólogo Gregory Bateson, y al que denominó «el doble lío»: aunque decidamos *no* comunicar, terminamos comunicando algo, incluso por esa abstinencia misma. De forma parecida, ya el mero hecho de retirarnos de todos nuestros sistemas para comunicarnos a través de los medios está enviando un mensaje. De ahí que los alumnos que hacen ese ejercicio de imaginarse la vida sin medios de comunicación a menudo tengan que parar: sus padres no dejan de acercarse a preguntarles qué les pasa. Es, en efecto, como si, al *no* comunicarse, estuviesen enviando un mensaje.

En nuestro mundo los medios de comunicación importan, y de un modo particular. Tener acceso a ciertos flujos de información conforme a unos ritmos específicos, importa de cara a que las sociedades contemporáneas se caractericen por el orden o por el caos; incide en qué tipo de orden social sea posible. Se trata de flujos no solamente de información, sino quizás también de otros recursos: visibilidad, posibilidad de conectarse, y cierto control sobre qué imágenes e informaciones nos llegan. Hoy el orden social depende del orden de los medios de comunicación, y ello nos plantea ciertas exigencias: la necesidad de estar conectados y de seguir lo que nuestras «redes» están haciendo; la necesidad de que nos tengan monitorizados plataformas.

Sin embargo, tener acceso a los medios de comunicación significa cosas diferentes según la persona. Un ejecutivo global con tres teléfonos y muchos otros dispositivos conectados tiene una relación muy distinta con los medios de comunicación de la que tiene el trabajador migrante chino que trabaja en la fábrica donde se producen esos dispositivos... pero solo puede compartir un teléfono con familiares o amigos; o de la que tiene el trabajador filipino que cobra con micropagos y «limpia» de material ofensivo, en la sombra, plataformas de redes sociales; o la enfermera británica con contrato temporal que depende de una aplicación de *smartphone* para conseguir su siguiente empleo.

Cabe que varíen enormemente incluso el tipo de cosas a las que uno puede estar refiriéndose cuando habla de sus experiencias con los medios de comunicación. Alguien puede referirse a su colección personal de fotos, música, videoblogs y *podcasts*, y a cómo va estando pendiente de sus contenidos. Otro puede referirse a una emisión televisiva en vivo –una ceremonia de la casa real o un partido de fútbol señalado– y a su experiencia de comentarla con sus amigos chateando por el móvil mientras tiene lugar. Otro puede referirse a enviarle a alguien que está al otro extremo del mundo una imagen, una canción o un programa de televisión favoritos mediante un enlace web, o a enviar dinero a través de un sistema de pago. O alguien podría estar pensando en la versión de la vida normal que los periódicos y las cadenas mayoritarias presentan... y en las batallas de algunos –por ejemplo, él mismo– para hacer visible una realidad diferente. Tales batallas pueden asumir una forma muy práctica,

como grabar un acto de violencia que se ha presenciado personalmente en la calle y colgarlo en internet donde otros puedan verlo y protestar por él. Los «medios de comunicación», o la experiencia que tenemos de los mismos, abarca todo, desde costumbres diarias relativas al uso que de ellos hacemos, hasta la realidad social que los medios de comunicación presentan. Como los medios de transmisión están presentes en los objetos más cotidianos, los «medios de comunicación» pueden incluir hasta la forma en que nuestro televisor inteligente –o frigorífico, o reloj o lo que sea– monitoriza nuestras interacciones con ellos, nos guste o no.

¿Hay una definición común del término «medios de comunicación» que subyazca a toda esta variedad? La definición operativa de «medios de comunicación» que vamos a adoptar en este libro es la siguiente: *tecnologías capaces de transmitir o conservar significados en el espacio y en el tiempo de manera sostenida y fiable*. (Desde un simple «sí» o «no» hasta la creación textual más compleja posible, ya se trate de una pieza de Shakespeare o de una serie televisiva en varias temporadas.) En la era de los medios digitales, los medios de comunicación precisan, inevitablemente, de algún tipo de potencia computacional. Dicha potencia está contenida en casi todas las tecnologías de la comunicación, desde los teléfonos hasta las tabletas y los grandes servidores informáticos.

Queda clara, por tanto, la complejidad de la categoría «medio de comunicación».

Hay otra complejidad a la que debemos enfrentarnos si adoptamos incluso esta definición básica de «medio de comunicación». Y es que, al pensar sobre los medios

de comunicación, hemos de hacerlo a través de toda una serie de dimensiones. Porque por una parte está la tecnología de la propia transmisión, pero luego está también el contenido que se transmite y, a largo plazo, se almacena. Están las industrias y organizaciones que producen esa tecnología y ese contenido... y, al otro extremo del proceso de los medios, la gente y las organizaciones que utilizan dispositivos de comunicación, sacan un sentido a los contenidos que les envían o mandan sus propios mensajes mediante plataformas de comunicación.

Y como se desprende de lo difícil que es poner en práctica ese ejercicio de imaginarse la vida sin medios de comunicación, también está la cuestión de qué incidencia tienen todos estos múltiples aspectos de dichos medios en las sociedades en que vivimos. De manera que, al pensar sobre los medios de comunicación, el reto es hacerlo concibiéndolos como una dimensión de cómo está configurada la vida contemporánea *en su conjunto*; de cómo las sociedades actuales encuentran su forma.

De todo lo que yo podría querer analizar y reflexionar sobre los medios de comunicación, este libro va a tener forzosamente que escoger. Así que no voy a dedicar mucho tiempo a los detalles de las industrias de los medios de comunicación, por más que constituyan un aspecto importante sobre el que trabajar y la economía que los rige resulte fascinante. Tampoco insistiré demasiado en los detalles de cómo los mensajes de los medios pueden influirnos para que creamos determinadas cosas... o al menos para que pensemos en determinadas cosas. Si, después de leer este libro, decides que quieres seguir es-

tudiando sobre los medios de comunicación, vas a encontrar en seguida el amplio corpus de investigación sobre estos temas que ha influido en la historia de los medios que cuento aquí.

El modo que aquí he escogido para abordar los medios de comunicación es, en efecto, distinto. Voy a prestar atención al papel de los medios en cómo experimentamos el mundo, y también al trabajo que los medios hacen en la construcción del mundo en que vivimos. Esta elección tiene su impacto en el lenguaje que voy a utilizar en este libro. Los medios de comunicación son herramientas que sirven para relatarnos la historia de nuestro propio mundo. En este sentido, «medio de comunicación» quiere decir «cualquier cosa». Pero los medios de comunicación son igualmente muchas cosas y, de hecho, muchos tipos de cosas: instituciones, tipos de interfaces para contenidos, públicos... Probablemente a eso se deba que, en inglés, la palabra *media* se use lo mismo en singular que en plural. Yo ya he contado con esa ambigüedad: mientras que en el título del libro –*Media. Why It Matters* [Medios de comunicación. Por qué importan] el nombre *media* lleva un verbo en singular, en algunas frases de esta introducción he puesto el verbo en plural. Si a algún lector le resulta extraño, solo puedo disculparme. Pero esta oscilación gramatical de la palabra inglesa *media* no es casual: refleja bien cómo un set complejo –y a menudo en conflicto– de instituciones, técnicas y mecanismos que sirven para conectar y representar a seres humanos –lo que en inglés se llama *media*, y en español, «medios de comunicación»– puede construir un paisaje, un mundo. Ese proceso –de crear mun-



dos, se entiende, *mediante* los medios de comunicación y nuestros usos de los mismos— es el asunto de este libro.

Esta forma de pensar sobre los medios de comunicación —y sobre su incidencia en el tipo de mundo en que vivimos— no puede sustituir al estudio de la historia, la política o la economía. Pero es un modo de asomarse al mundo —y a los medios de comunicación— que puede enriquecer nuestro pensamiento si somos economistas o historiadores, sociólogos o científicos, artistas o abogados. Hasta el punto de que, a lo largo de las cuatro últimas décadas, multitud de estudiantes e investigadores han decidido que esta materia merece estudiarse como especialidad independiente. Cuando digo «estudiar», tengo en mente la definición que da de esta palabra el gran educador brasileño Paulo Freire: «Pensar sobre la experiencia». («Pensar sobre la experiencia», escribió Freire, «es la mejor manera de pensar con precisión».)<sup>1</sup> Todos tenemos bastante experiencia con los medios. Estudiar los medios de comunicación difícilmente sea, por tanto —a pesar de las caricaturas que los propios medios a veces hacen de los *media studies* o «ciencias de la información»—, una labor trivial. Significa, antes bien, echar mano de esta experiencia para reflexionar seriamente sobre lo complejo y profundo del modo en que los medios de comunicación están cambiando las sociedades y el mundo en que vivimos.

Las sociedades no son como bloques de piedra caídos del cielo. Son, en efecto, los miembros humanos de las sociedades —y las instituciones e infraestructuras que esas personas crean— quienes construyen la realidad social. Pero los medios de comunicación desempeñan un

papel clave en esas construcciones; un papel que cala tan hondo que sus repercusiones son con frecuencia ambiguas.

Pongamos dos ejemplos. En Brasil, la plataforma WhatsApp es tremendamente popular: los brasileños que la usan son más del sesenta y cinco por ciento de los que tienen acceso a internet, lo que significa que en ese país hay mucha gente que está accediendo a WhatsApp a través de un teléfono compartido. ¿Qué incidencia tiene esto en la sociedad brasileña? Es complicado. Por una parte, no cabe duda de que Brasil es una sociedad en la que, por ejemplo, los conductores de camiones pueden movilizar una protesta de forma más rápida y eficaz que nunca antes utilizando WhatsApp, como fue el caso en mayo de 2018. Pero resulta que también es una sociedad en la que, en octubre de ese mismo año, WhatsApp se convirtió en el principal medio de difusión de unos rumores y una manipulación políticos irresponsables, a menudo por parte de unos partidos extremistas demasiado pequeños como para aspirar a un espacio en la televisión nacional<sup>2</sup>.

Vamos ahora a los Estados Unidos. Una espantosa serie de tiroteos en centros educativos del país a lo largo de los últimos años –entre ellos el que se produjo en el instituto de educación secundaria Marjory Stoneman Douglas de Parkland, Florida, en febrero de 2018– ha ido generando entre los alumnos un importante movimiento contra las leyes permisivas en materia de tenencia de armas, así como contra la cultura favorable a estas. ¿Cuál es la causa de esos tiroteos? Durante mucho tiempo, los medios estuvieron presentando la historia de alumnos

varones solitarios que estaban resentidos contra personas concretas de su centro educativo. Pero cuando Dave Cullen, periodista de la zona, se puso a investigar más en detalle, encontró pocos indicios en ese sentido. A quienes habían disparado no parecía importarles contra quién lo hacían; lo que *sí* les importaba era, en cambio, la *cobertura de los medios de comunicación* que conseguían con aquellos tiroteos. Así las cosas –concluía Cullen–, a través del modo en que contaban la historia de los tiroteos en centros educativos, los propios medios de comunicación estaban contribuyendo, sin pretenderlo, a que tales tiroteos se pudieran producir<sup>3</sup>. Cullen lleva planteando desde entonces que los medios no mencionen los nombres de los autores de estas matanzas en centros educativos.

Esto tuvo su eco cuando, tras una terrible masacre de fieles musulmanes en mezquitas de la ciudad neozelandesa de Christchurch –en marzo de 2019–, la primera ministra del país, Jacinda Ardern, dijo que el nombre del asesino no iba a mencionarse nunca. Esta negativa a conceder publicidad contrastaba enormemente con la controvertida circulación por las redes sociales del vídeo que el asesino había grabado con su dispositivo GoPro.

Los medios de comunicación, y las realidades que estos construyen, son una parte indispensable del orden y el desorden que configuran «nuestro» mundo, los mundos de aquellos a quienes amamos o tememos, «el» mundo. Si has escogido este libro, probablemente ya estés dispuesto a creer *que* los medios de comunicación importan. Indagando en *cómo* importan, espero convencerte de que estás en lo cierto, y de que merece la pena

estudiar los medios de comunicación en detalle y con toda la sutileza que esté en nuestra mano.

En este libro te invito a imaginarte un mundo *con* medios de comunicación. Y esto lo vamos a hacer explorando *cinco dimensiones de lo que los medios de comunicación hacen en el mundo*, dimensiones que tal vez no nos resulten tan obvias cuando pensamos sobre los medios. El primer capítulo («Conectar») sopesa de qué modo las tecnologías de la comunicación son capaces de conectar a personas y cosas, y de ayudar, a través de esa conexión, a crear algo como un mundo. Esto es lo primero que los seres humanos consiguen con los medios de comunicación. El segundo capítulo («Representar») se centra en los contenidos que los medios de comunicación transmiten y se pregunta cómo –y con qué consecuencias– dichos medios nos ofrecen una representación de partes de nuestro mundo precisamente a nosotros, los seres humanos que en ese mismo mundo vivimos. El tercer capítulo («Imaginar») profundiza en los detalles de los mundos que los contenidos de los medios de comunicación crean; explora las extraordinarias formas en que consumir medios de comunicación nos ayuda a imaginar nuestro mundo de manera distinta, pero al mismo tiempo se asoma, bajo la superficie de plataformas digitales como por ejemplo Facebook, a esas operaciones ocultas de conteo y categorización que el procesamiento de datos conlleva, y que hacen que esas plataformas funcionen como funcionan. El cuarto capítulo («Compartir») vuelve a apuntar a nuestra experiencia social con los medios en cuanto usuarios suyos, concretamente a la experiencia de compartir cosas a través de los medios de

comunicación; pues compartir es una de las formas básicas de cohesionarse que tienen las sociedades. Por último, el quinto capítulo («Gobernar») traslada el foco a la macroescala y se plantea las relaciones de los gobiernos con los medios: determinados tipos de medios de comunicación ¿facilitan o dificultan determinados tipos de gobierno?

A lo largo del libro me iré preguntando si los mundos que los actuales medios de comunicación hacen posibles son cosa de celebrar o de temer. Puede que la respuesta sea: «Las dos cosas».