

9. INTERMEDIALIDAD

Aunque la investigación de la comunicación en el siglo xx privilegió el análisis de los medios de manera aislada, muchos autores propusieron una visión más integrada y ecosistémica. Como se vio en el capítulo 1, investigadores como James Curran (2002) desaprobaban que la Historia de los Medios analizara por separado a cada medio, lo que terminaba dando lugar a “comprensiones fracturadas e incompletas de su papel histórico” (135). Sin embargo, Harold Innis, Marshall McLuhan, Neil Postman y muchos otros referentes de la Ecología de los Medios ya habían comenzado a desarrollar una visión holística de los sistemas de comunicación mucho antes de las críticas de Curran. Este capítulo trata sobre el concepto de *intermedialidad* en el contexto de un enfoque evolutivo de los medios. Si bien este concepto prácticamente no se ha utilizado en el resto de las ciencias sociales, ha estado presente en la producción artística y en los estudios de los medios y comunicación durante mucho tiempo. Tras una exploración general del concepto y una descripción de algunos términos satélites como *remediación* en las dos primeras secciones, este capítulo concluirá con un estudio de caso: las relaciones intermediales entre literatura, pintura, fotografía y cine a finales del siglo xix. Como se verá, del mismo modo en que no es posible entender la emergencia del Pop Art en la década de 1960 sin tener en cuenta la influencia de los medios de comunicación masiva, tampoco pueden comprenderse el impresionismo, el cubismo o el

futurismo si los aislamos de la fotografía y la cinematografía. Y viceversa.

9.1. El concepto de *intermedialidad*

Intermedia, del latín *intermedius*, es un adjetivo que se utiliza en inglés para definir a una producción que se expande “a través de múltiples canales”. El término *intermedia* fue utilizado por Samuel Taylor Coleridge y reintroducido en los circuitos artísticos en 1966 por el artista del grupo Fluxus Dick Higgins para describir una serie de producciones artísticas interdisciplinarias que “se ubican entre los medios” (Sumich, 2007). En cuanto a los orígenes del concepto, en 1981 Higgins explicó su genealogía:

El vehículo que elegí, la palabra *intermedia*, aparece en los escritos de Samuel Taylor Coleridge en 1812 exactamente en su sentido contemporáneo: para definir obras que se posicionan conceptualmente entre medios que ya se conocen; yo había estado usando el término durante varios años en conferencias y discusiones antes de que escribiera mi pequeño ensayo (Higgins y Higgins, 2001: 52).

Los *ready-mades* de Marcel Duchamp, las combinaciones de Robert Rauschenberg que enriquecieron la pintura con objetos incongruentes, los espejos de Allan Kaprow que creaban nuevos ambientes o las obras teatrales de Dick Higgins que rompían la secuencia narrativa tradicional (“cualquier evento puede tener lugar en cualquier momento”) son buenos ejemplos de obras de arte *intermediales* creadas en la primera mitad del siglo xx. Además, los *happenings* típicos de la década de 1960 “se desarrollaron como un medio, una tierra inexplorada que se encuentra entre el *collage*, la música y el teatro” (Higgins y Higgins, 2001: 49). Para Higgins,

la *intermedialidad* siempre ha sido “una posibilidad desde los tiempos más remotos” que sigue presente “dondequiera que exista el deseo de fusionar dos o más medios” (52-53). Después de su introducción por parte de las vanguardias artísticas en la década de 1960, el concepto de *intermedia* se usó indistintamente junto a *multimedia*, un término que ganó cada vez más espacio a medida que la cultura digital se popularizaba a partir de los años 80.

En cuanto a su aplicación en las humanidades y las ciencias sociales, el concepto de *intermedialidad* es en sí mismo una categoría límite que a menudo permaneció “a la sombra de la teoría literaria, ocupándose principal o incluso exclusivamente de las relaciones (inter)mediales en la literatura, orientada por las teorías literarias junto a otros conceptos como *intertextualidad*” (Müller, 2010: 16). Sin embargo, las investigaciones sobre la intermedialidad terminaron desbordándose, yendo más allá del campo narrativo y literario para establecer un diálogo muy dinámico con los estudios de los medios y la comunicación. Dado que la investigación sobre la intermedialidad ha sido muy intensa en los últimos años (Grishakova y Ryan, 2010; Herzogenrath, 2012; Müller, 2010; Wolf, 1999), esta sección solo presentará una breve descripción basada en las contribuciones del académico sueco Lars Elleström (2010, 2014, 2019, 2021).

Intermedialidad centrada en la narrativa

La reflexión teórica sobre las relaciones intermediales parte de una afirmación:

Los investigadores han estado debatiendo las interrelaciones de las artes durante siglos. Ahora, en la era de los medios masivos, electrónicos y digitales, el foco de la argumentación se ha ampliado a las interrelaciones entre varios tipos de medios en

general. Un paso importante ha sido reconocer plenamente la materialidad de las artes: al igual que otros medios, ellas dependen de sustancias mediadoras. Por esta razón, las artes no deben ser aisladas como algo etéreo, sino vistas como formas mediáticas estéticamente desarrolladas (Elleström, 2021: 4).

En este contexto, dado que los medios son “a la vez diferentes y similares”, la intermedialidad debe entenderse como “un puente entre las diferencias de los medios que se funda en sus similitudes” (Elleström, 2021: 4). Elleström detectó una serie de problemas en la exploración de la intermedialidad, desde la falta de una definición clara de lo que es un *medio* hasta las limitaciones que presentan muchos estudios al abordar un número reducido de medios. En el primer caso, Elleström argumenta que “si el concepto de *medio* no está bien definido, no se puede pretender comprender la *medialidad* ni la *intermedialidad*” (5). Respecto al segundo punto, según Elleström la investigación intermedial tiene una fuerte tendencia a “comparar no más de dos tipos de medios a la vez”, por ejemplo, palabra e imagen, palabra y música, cine y literatura, cine y videojuegos, etc. En su producción científica, Elleström desarrolló un corpus sistemático de categorías teóricas y metodológicas para analizar las relaciones intermediales que puede ser aplicado a todo tipo de medios. La investigación sobre la intermedialidad abarca un amplio espectro de intervenciones, desde el análisis de las películas de Švankmajer a partir de las composiciones de J. S. Bach o los poemas de Lewis Carroll (Elleström, 2014) hasta el estudio de los procesos de lectura en audiolibros (Have y Stougaard Pedersen, 2021) o la transformación intermedial de la iconografía introducida originalmente por Margaret Atwood en su novela *El cuento de la criada* (Newell, 2021).

Elleström creía que la intermedialidad no podía comprenderse completamente si no se consideraban las “condiciones fundamentales de cada medio”; estas condiciones

constituyen “una red compleja tanto de cualidades tangibles como de diversas operaciones perceptivas e interpretativas realizadas por los receptores de los medios” que Elleström propone analizar “desde un punto de vista hermenéutico”. En otras palabras, este investigador se focaliza “en la percepción, concepción e interpretación de los medios en tanto interfaces materiales situadas en circunstancias sociales, históricas, comunicativas y estéticas” (2010: 13). Desde la perspectiva de la Evolución de los Medios, podría resultar muy útil recuperar la oposición de Elleström entre *relaciones intermediales sincrónicas y diacrónicas*:

Tener una perspectiva sincrónica significa considerar cómo aparecen las características de los medios en un momento determinado. Tener una perspectiva diacrónica significa considerar cómo aparecen las características de los medios en relación con los medios pasados y posiblemente futuros. Evidentemente, estas dos perspectivas son analíticas; no estoy sugiriendo usarlas para categorizar productos mediáticos. Todos los productos de los medios se pueden investigar tanto desde una perspectiva sincrónica como diacrónica (Elleström, 2021: 71).

La Evolución de los Medios privilegia una visión diacrónica de los medios que complementa la perspectiva ecológica sincrónica (capítulo 2). Basado en la existencia de similitudes y diferencias, y en el hecho de que los medios se combinan de diferentes maneras, Elleström considera que “todo medio consiste en una fusión de modos que son en parte, y con diferentes grados de presencia, compartidos por otros medios” (2010: 24). En este marco, las interrelaciones de los medios son multifacéticas y pueden presentarse en variadas formas:

A veces, implican relaciones bastante claras y completas entre obras de arte o entre producciones mediáticas, como cuando un artículo de un periódico en particular es claramente reco-

nocible en su versión de Internet (aunque con menos palabras y con animaciones e hipervínculos), o como cuando una novela es identificada como la fuente de una película (aunque se haya abreviado la narración y añadido cualidades visuales e icónicas). A veces se trata más bien de rasgos mediáticos menos definitivos y fragmentarios que viajan entre diferentes modos y tipos de medios, como cuando se rastrea la forma musical en un cuento o cuando los rasgos visuales asociados con las tiras cómicas han encontrado su camino hacia el movimiento en las imágenes de las películas (Elleström, 2010: 34).

Para concluir esta breve introducción al análisis de la intermedialidad centrada en la narrativa, podría decirse que el objetivo de Elleström era dar forma a “una teoría narrativa que sea ‘independiente del medio’ y mapear de forma sistemática sus componentes para facilitar también la detección de los ‘aspectos específicos de cada medio’” (2019: 11). La Evolución de los Medios, por su parte, tiene como objetivo desarrollar una teoría en la que las relaciones intermediales, un componente central del proceso de cambio mediático, se consideren hasta cierto punto independientes de las narrativas. Sin embargo, cada vez que el investigador se ocupa de contenidos mediáticos, es decir, cada vez que se ocupa de actores textuales, la dimensión narrativa (y el abordaje semiótico) son ineludibles.

Más allá de las narrativas

Jensen (2016) identificó tres concepciones de *intermedialidad* en las investigaciones de los medios y la comunicación, las cuales se derivan de tres nociones diferentes de lo que es un *medio* (tabla 11).

Si la primera concepción (*intermedialidad discursiva*) se acerca más al enfoque narrativo presentado en el apartado anterior, y la tercera (*intermedialidad institucional*) se

Tabla 11. Tres concepciones de *intermedialidad* (Jensen, 2016: 1).

Concepción	Características
Intermedialidad discursiva	Esta intermedialidad expresa una comunicación “a través de varios discursos a la vez, incluso por medio de combinaciones de diferentes modalidades sensoriales de interacción, por ejemplo música e imágenes en movimiento”.
Intermedialidad material	Esta intermedialidad se refiere a “la combinación de vectores materiales de representación separados, como lo ejemplifica el uso de plataformas impresas, electrónicas y digitales en una campaña de comunicación”.
Intermedialidad institucional	Esta intermedialidad aborda “las interrelaciones entre los medios en tanto instituciones de la sociedad, interrelaciones que se apprehenden en términos tecnológicos y económicos como la convergencia y la concentración”.

encuadra en la economía política de la comunicación y la cultura, la segunda (*intermedialidad material*) es la más cercana a la Ecología de los Medios. Comprender a los medios como “formas materiales de interacción” también fue el punto de partida de investigadores como Harold Innis, Marshall McLuhan y Joshua Meyrowitz. Sin embargo, los tres enfoques identificados por Jensen podrían integrarse y trabajarse desde una perspectiva evolutiva. En pocas palabras, según Jensen, la *intermedialidad* puede entenderse como

un aspecto de una formación social moderna permeada por tecnologías generales de información y comunicación que se prestan a aplicaciones específicas en la producción material, la gobernanza política y la vida cultural, tal como aparece actualmente en las descripciones de la “sociedad de la información” y la “sociedad red” (Jensen, 2016: 11).

Estas conexiones directas entre la intermedialidad y las transformaciones contemporáneas del ecosistema mediá-

tico serán problematizadas y discutidas en las siguientes secciones.

9.2. Las relaciones intermediales

Muchos investigadores de la comunicación han sido conscientes de las limitaciones que implica el análisis aislado de un único medio, sin tener en cuenta a los demás; en algunos casos, se prefirió separar el estudio de cada medio por razones de simplicidad o para facilitar la presentación de ideas teóricas o resultados científicos. Si para los ecologistas de los medios las relaciones intermediales eran un elemento muy importante de su enfoque, el proceso de cuádruple convergencia iniciado en los últimos años del siglo XX –convergencia tecnológica, corporativa, profesional y comunicacional (Scolari, 2009e)– hizo evidente que en el siglo XXI no es posible analizar un medio desde cualquier perspectiva teórica o metodológica sin considerar sus relaciones con los otros medios:

Simplemente se ha vuelto inaceptable considerar a los “medios” como mónadas aisladas. Las historias y teorías de los medios más conocidas ya no pueden cumplir con las expectativas de la investigación; es necesario volver la atención hacia los fenómenos audiovisuales contemporáneos y sus relaciones mutuas, y estudiar sus complejas interacciones (Müller, 2010: 18).

En el campo específico de la historia de los medios, Staiger y Hake (2009) han defendido la necesidad de una “historia mediática convergente” para erradicar la suposición de que

una persona solo puede ser estudiosa del “cine” o la “televisión”; el conocimiento transversal de los medios es beneficioso para comprender la amplitud de la influencia mediática sobre un par-

ticular objeto de estudio. Las personas pueden ver una película estrenada en un cine acomodados frente a su sistema de entretenimiento doméstico. ¿Es eso una “película” o es “televisión”? Cuando las claves para resolver la trama de una serie televisiva aparecen en los anuncios, en el análisis de fotogramas congelados o en los debates en las páginas web de los fans, ¿se trata de un programa de televisión, de un medio impreso o de un nuevo medio? (Staiger y Hake, 2009: ix).

Otros historiadores como Balbi y Magaudda (2018) han relegado el concepto de *convergencia* mediática para poner a la *intermedialidad* en el centro de su marco de análisis. Este concepto les permitió resaltar el hecho de que

dispositivos, mercados, estéticas y prácticas mediáticas previamente diferenciadas en sectores específicos (como la televisión, la música o los libros impresos) se han entretreído durante el proceso de digitalización. Si pensamos en los medios analógicos en su singularidad, todos interrelacionados e integrados pero aún reconocibles en sus diferencias, los medios digitales pueden representarse mejor como un patrón mediático digital (*digital media pattern*) único y estratificado compuesto por un conjunto de dispositivos, mercados, estéticas y prácticas entrelazadas (Balbi y Magaudda, 2018: 154).

Debido a los procesos de digitalización, para estos autores ver una serie de televisión en Netflix en una *tablet*, tal vez por recomendación de un contacto en Facebook, sería “un buen ejemplo de la dimensión intermedial que conforma este patrón entrelazado de diferentes medios [...]. Más que un solo medio, lo que estamos viendo aquí es un patrón formado por diferentes medios entrelazados” (157). Balbi y Magaudda consideran que la intermedialidad es una consecuencia de los procesos de digitalización, los cuales se caracterizan por una doble lógica: la continuidad y el cambio.

Continuidad y cambio

Si la lógica de la continuidad pone de relieve “la estabilidad de la transición de lo analógico a lo digital, centrándose en la tendencia a preservar los modelos de producción, los hábitos de consumo y los formatos mediáticos culturales ya existentes”, la lógica del cambio destaca “la tendencia a una reconfiguración de las formas culturales, los activos de mercado y las prácticas de consumo desencadenadas por la digitalización” (Balbi y Magaudda, 2018: 159). Estas lógicas no son alternativas sino las dos caras de una misma moneda, dos tendencias complementarias que se entrelazan de manera diferente en cada sector mediático (música, editorial, cine, etc.). El sector de la música digital (capítulo 7) es un buen territorio para mapear las tensiones entre continuidad y cambio:

Por un lado, está claro que la digitalización en sí misma no ha provocado un cambio de paradigma, como lo demuestra el hecho de que la llegada de los CDs marcó el comienzo de un cambio sorprendentemente pequeño en los patrones de producción y consumo característicos de la era analógica. Por el contrario, la integración en el sector musical de elementos propios de otros medios digitales a través del estándar MP3, el intercambio de archivos y el *streaming*, ha supuesto la aparición de nuevos paradigmas de circulación musical y, en definitiva, una ruptura radical con el pasado. Pero también hay que destacar otro sorprendente elemento de continuidad en el mundo de la música. El proceso de digitalización no ha reemplazado completamente los formatos antiguos por otros nuevos llevando a la “muerte” de las tecnologías analógicas. Por el contrario, en la era digital hemos asistido a la supervivencia de algunos viejos soportes analógicos como las cintas de audio [...] (y) al resurgimiento de los discos LP (Balbi y Magaudda, 2018: 167).

Muchos otros actores del ecosistema mediático como los libros impresos y los periódicos también evidencian una intensa dialéctica entre el cambio y la continuidad. Por ejemplo, más allá de la promoción de su lector de libros electrónicos Kindle, Amazon “fomenta la compra y el intercambio de libros en papel a través de un medio antiguo: el servicio postal” (2018: 175). Lo mismo podría decirse de la compleja interacción entre cine, televisión, plataformas audiovisuales, Internet y dispositivos digitales, o entre cámaras digitales, teléfonos inteligentes, redes sociales y aplicaciones móviles. Para Balbi y Magaudda la digitalización de los medios analógicos presenta rasgos distintivos en cada uno de los diversos sectores considerados; sin embargo, “en las últimas décadas se ha desarrollado una tendencia común hacia una reconfiguración intermedial y sistémica mediante una tensión constante entre las dos lógicas: continuidad y cambio” (209).

La tensión entre continuidad y discontinuidad es una verdadera renovación conceptual que permite a los investigadores escapar de la “razón dualista” (Martín-Barbero, 1987) e iniciar un camino teórico menos reductivo y más complejo. Resaltar la lógica de la continuidad significa romper con el mito de las “revoluciones radicales permanentes” presente en las narrativas de las corporaciones mediáticas y tecnológicas; por otra parte, subrayar la lógica del cambio implica centrarse en las transformaciones cada vez más aceleradas del ecosistema mediático. Aunque es obvio que el proceso de digitalización ha activado la emergencia de nuevos medios y la creación de una densa red de relaciones entre ellos, el enfoque de la Evolución de los Medios es ligeramente diferente. Desde esta perspectiva teórica, la intermedialidad no se considera una consecuencia de la digitalización o un estado o fase particular del proceso evolutivo: es *una categoría analítica que pone las relaciones entre los medios en el centro de un programa de investigación*. En este sentido, siempre

ha habido relaciones intermediales, ya sea cuando el papiro competía con el pergamino en el 250 a. C., los libros impresos simulaban a los textos manuscritos en el siglo xv o los periódicos cooperaban con el telégrafo en el siglo xix.

En este contexto teórico, el concepto de *intermedialidad* ya no se refiere a una producción artística específica (intermedia como *multimedia*), una fusión de diferentes medios en una sola unidad (intermedia como *convergencia*) o una fase específica de la historia de los medios (intermedia como consecuencia de la *digitalización*), sino al conjunto permanente y fluctuante de relaciones que se establecen entre diferentes medios. Desde la perspectiva de la Evolución de los Medios, la *intermedialidad* es un conjunto de relaciones fundamentales para comprender las transformaciones del ecosistema mediático. Dado que la identificación y el análisis de estas relaciones es un proceso científico continuo e incompleto, este capítulo solo se centrará en una serie limitada de relaciones intermediales.

Competición y competencia

Aunque Karl Marx y Friedrich Engels demostraron un enorme entusiasmo por el trabajo de Charles Darwin (capítulo 1), la aceptación del modelo evolutivo por parte de los marxistas no fue precisamente afable. En una carta a Piotr Lavrov enviada en 1875, Engels reconocía las contribuciones de la teoría de Darwin, pero las consideraba una “primera, provisional e incompleta expresión de un hecho recién descubierto”. Engels sospechaba que la lucha por la existencia no era la única dinámica posible en los sistemas biológicos: también había cooperación en la naturaleza. Ambas concepciones se justifican dentro de ciertos límites, pero “cada una es tan unilateral y estrecha como la otra. La interacción de los cuerpos naturales, ya sean animados o inanimados, in-

cluye tanto la armonía como la colisión, la lucha y la cooperación” (Engels, 1936: párrafo 3). Como ya se vio en los capítulos anteriores, si la teoría del nicho se centraba en la competencia entre medios, otros enfoques –como la Ecología de los Medios– proponen una visión más compleja de las relaciones intermediales.

No solo hay competencia en el ecosistema mediático: las relaciones de cooperación también son parte del juego. La cooperación puede establecerse en diferentes niveles, desde la fusión entre corporaciones (Grainge, 2007) hasta las sinergias producidas por la absorción de competidores (por ejemplo, la adquisición de Instagram y WhatsApp por parte de Facebook). A nivel del consumidor, los medios pueden articular estrategias de *marketing* conjuntas, como cuando las revistas y los periódicos incluían libros, VHS o DVD para fortalecer las ventas. En otros casos, los medios crecen y se desarrollan de manera conjunta, por ejemplo cuando el telégrafo estableció una fuerte cooperación con los ferrocarriles y los periódicos en el siglo XIX. Si el funcionamiento del telégrafo junto al ferrocarril “permitió un sistema integrado de transporte y comunicación” (Carey, 1983: 314), los nuevos medios también hicieron que la fortuna de los periódicos pasara a depender ya no de la calidad o utilidad de las noticias, sino de otros parámetros como la cantidad, la distancia y la velocidad de circulación (Postman, 1985: 67). Finalmente, los medios pueden adoptar rasgos de otros medios para adaptarse y sobrevivir en el ecosistema de medios (capítulo 6).

Remediación

A partir de los trabajos de Innis (2007, 2008), una larga serie de investigadores han expresado la necesidad de estudiar los medios de manera articulada, dejando de lado los enfoques

monomediales para privilegiar las relaciones intermediales. Como escriben Bolter y Grusin en *Remediation*, otro texto clásico inexplicablemente nunca traducido al castellano, en nuestra cultura

un medio nunca puede operar de forma aislada porque debe entablar relaciones de respeto y rivalidad con otros medios. Pueden haber o no culturas en las que exista una forma de representación (quizás la pintura o la música) con poca o ninguna referencia a otros medios. Hoy, cuando ni siquiera podemos reconocer el poder representacional de un medio si no es en referencia a otros medios, tal aislamiento no parece posible (Bolter y Grusin, 1999: 67).

Bolter y Grusin denominan *remediación* a la representación de un medio por otro. A pesar de sus resonancias McLuhanianas (“el contenido de un medio es siempre otro medio”), el concepto fue muy bien recibido por la comunidad de investigadores de la comunicación a principios de la década del 2000, incluso entre los más reacios a las “especulaciones” del canadiense. Según Bolter y Grusin, la remediación

es una característica definitoria de los nuevos medios digitales. Lo que en un principio podría parecer una práctica esotérica, se encuentra tan extendida que podemos identificar un abanico de formas en que los medios digitales remedian a sus predecesores, el cual depende del grado de competitividad o rivalidad percibida entre los nuevos y viejos medios (Bolter y Grusin, 1999: 45).

Bolter y Grusin desdoblan la remediación en dos procesos: *inmediatez* e *hipermediación*. La lógica de la inmediatez (*immediacy*) promueve la transparencia mediática y la desaparición del dispositivo tecnológico para permitir que el usuario se sumerja totalmente en la representación. La inmediatez debe entenderse como una “experiencia me-

diática sin mediación” (23). Medios como el cine, los videojuegos y la realidad virtual impulsan este tipo de representación. La lógica de la hipermediación (*hypermediacy*) se mueve en sentido contrario: la mediación se hace evidente, enfatizando el proceso o la actuación más que la dimensión representacional de los medios. Diferentes medios, desde las *wunderkammers* de la modernidad temprana hasta las interfaces gráficas basadas en la metáfora de la ventana (*window*), sirven como ejemplo de hipermediación, una lógica que debe entenderse como un “múltiple acto de expresión” que hace que los usuarios sean “conscientes del medio o medios” (34). Esta doble lógica de remediación no comenzó con la introducción de los medios digitales: tanto la inmediatez como la hipermediación provienen de una larga historia que se remonta al Renacimiento y a la invención de la perspectiva lineal:

El deseo de inmediatez lleva a los medios digitales a tomar prestado con avidez (elementos) de otros medios digitales, como así también de sus predecesores analógicos, por ejemplo el cine, la televisión y la fotografía. Siempre que un medio parece haber persuadido a los espectadores de su inmediatez, otros medios intentan apropiarse de esa convicción. La web de la CNN está hipermediada: organiza sus textos, gráficos y vídeos en múltiples paneles y ventanas, y los enlaza con numerosos hipervínculos; sin embargo, el sitio toma prestado su sentido de inmediatez de los telenoticieros de la misma CNN. Al mismo tiempo, en su hipermediación los telenoticieros comienzan a parecerse a las páginas web (Bolter y Grusin, 1999: 9).

La oscilación entre la inmediatez y la hipermediación, es decir, entre la transparencia y la opacidad, es la clave “para entender cómo un medio remodela a sus antecesores y a otros medios contemporáneos” (19). Desde la perspectiva de Evolución de los Medios, es muy relevante que Bolter y Grusin

no presenten una historia lineal sino una genealogía de afiliaciones en la que los nuevos medios remedian a los viejos, pero también los viejos medios pueden remediar a los nuevos: “Ningún medio hoy, y ciertamente, ningún evento mediático individual, parece hacer su trabajo cultural aislado de los demás medios, como tampoco funciona aislado de otras fuerzas sociales y económicas” (15). En este contexto, la verdadera novedad sería “un nuevo medio que no remitiera en absoluto su significado a otros medios. Para nuestra cultura, tal mediación sin remediación parece imposible” (271).

Exclusión e inclusión

En algunos casos muy específicos, un medio puede convertirse en el entorno ideal para la emergencia de otro medio. Veamos un ejemplo. Aunque la narrativa gráfica con pequeñas cápsulas textuales existe desde hace siglos, la guerra entre el *New York World* de Joseph Pulitzer y el *New York Journal* de William Randolph Hearst a mediados de la década de 1890 llevó al desarrollo de nuevos formatos y contenidos con el objetivo de atraer la atención de los lectores. La introducción de suplementos dominicales a todo color que incluían tiras cómicas fue parte de esa estrategia de diferenciación. Personajes famosos como The Katzenjammer Kids, Little Nemo y The Yellow Kid nacieron precisamente en esos años. En 1922 apareció *Comic Monthly*, una publicación que reimprimía las tiras cómicas de los periódicos, y en 1929 Dell Publishing Company publicó *The Funnies*, un inserto de corta duración que también podría considerarse un paleocómic. El nuevo formato ganó popularidad después de la introducción de un personaje en 1938 en *Action Comics*: Superman. Lo que había comenzado como un desarrollo narrativo y textual en el contexto de una lucha intermedial, derivó en las historietas de superhéroes. Estas fueron progresivamente

excluidas de los periódicos para convertirse en *comics books* por derecho propio, un nuevo medio fundamental para la cultura popular en el siglo xx.

Otro ejemplo: cuando las computadoras digitales aparecieron por primera vez en el período de posguerra, se las consideró simplemente como “maquinaria para la computación” (*machinery for computing*). El ordenador podía calcular trayectorias balísticas o descifrar los códigos secretos de los enemigos. Cuando Arpanet se creó a fines de la década de 1960, se la consideró principalmente como una herramienta para la computación remota (*remote computing*). Sin embargo, la evolución de las redes digitales modificó progresivamente esa concepción. Escribía Terry Winograd (1997) en los primeros años de emergencia de la World Wide Web:

Con la aparición reciente, y bastante repentina, de atractivas aplicaciones centradas en Internet, se ha hecho evidente que la computadora no es una máquina cuyo objetivo principal sea realizar una tarea informática. La computadora, con sus periféricos y redes, es una máquina que ofrece nuevas formas para que las personas se comuniquen entre sí e intercambien todo tipo de información en cualquier medio, llegando a nuevas audiencias en formas que habrían sido impensables antes de su aparición (Winograd, 1997: 150).

Ya en 1977 Alan Kay y Adele Goldberg habían propuesto el concepto de *metamedio* (*metamedium*) (capítulo 3) para definir este nuevo entorno de comunicación digital en el que confluían diferentes lenguajes y formatos.

Aunque los ordenadores digitales se diseñaron originalmente para realizar cálculos aritméticos, la capacidad de simular los detalles de cualquier modelo descriptivo implica que la computadora, considerada como un medio en sí misma, puede ser todos los demás medios si los métodos de integración y visuali-

zación están suficientemente bien desarrollados. Además, este nuevo metamedio es activo, puede responder a consultas y experimentos, de modo que los mensajes pueden involucrar al sujeto en una conversación bidireccional (Kay y Goldberg, 1999: 111).

Esta idea fue reforzada por los investigadores que, dos décadas más tarde, trabajaban en el campo de los sistemas de información computacional:

A medida que Internet evoluciona más allá de su rol original como un instrumento de información para los científicos y se convierte en una popular fuente de entretenimiento para el consumidor (aunque de gran importancia social), comienza a desarrollar la capacidad de reemplazar o complementar a los medios de comunicación y entretenimiento más conocidos y familiares, por ejemplo los teléfonos, la radio y la televisión. En este sentido, (Internet) parece estar evolucionando para convertirse en un *metamedio* (Stafford, 2000: 2157).

Uno de los fenómenos más relevantes desde una perspectiva evolutiva es que la World Wide Web, un (meta)medio que durante su fase de emergencia se caracterizó por la inclusión de formas previas de comunicación y mediatización, en su fase de dominación comenzó a generar nuevos medios, algunos de los cuales se volvieron autónomos gracias a la expansión de la telefonía móvil. Muchos de los medios y plataformas de comunicación que emergieron en las dos primeras décadas del siglo xx, desde MySpace (2003) hasta LinkedIn (2003), Facebook (2004), Flickr (2004), Reddit (2005), YouTube (2005), Twitter/X (2006), Tumblr (2007) y Pinterest (2009), nacieron en la web y solo en un segundo momento se trasladaron al ecosistema de las aplicaciones móviles. Como puede verse, es recomendable pensar las oposiciones (continuidad/discontinuidad, competencia/cooperación, inclusión/exclusión, etc.) como relaciones intermediales comple-

mentarias que pueden estar simultáneamente presentes en diferentes momentos del ciclo vital de un medio.

Existen muchas otras relaciones posibles entre los medios. El mapeo de estas relaciones es uno de los grandes desafíos de una teoría evolutiva del cambio mediático. La integración de las contribuciones de la Ecología de los Medios, la Historia de los Medios y la Arqueología de los Medios, sumado al trabajo exhaustivo de muchos académicos que han trabajado la multimodalidad y la intertextualidad, debería permitir el avance teórico en este frente.

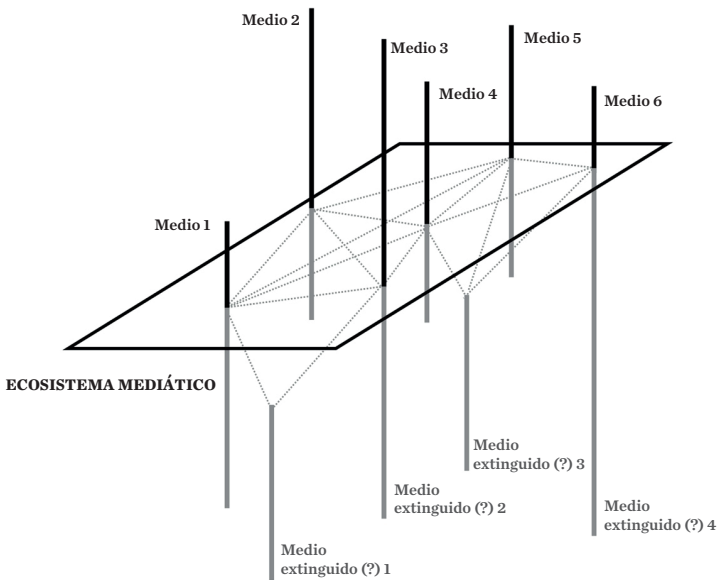
La evolución de los medios es una red

Todas las fases del ciclo vital mediático descritas en el capítulo 3 se superponen. Cuando emerge un nuevo medio, otros medios atraviesan su fase de dominación y los más antiguos intentan adaptarse para sobrevivir. Podría decirse que todos los medios experimentan dinámicas de simulación durante su ciclo vital, ya sea simulando otros medios o siendo simulados por ellos. Los diferentes medios evolucionan en paralelo, pero, como si se tratara de una geometría no euclidiana, estas líneas paralelas tienden a tocarse. La evolución de cada medio no viaja por caminos separados, sino que está en constante interacción con la evolución del conjunto. Reconstruir esas relaciones es un objetivo estratégico para la Evolución de los Medios.

Si el investigador suma todas las relaciones indicadas en los apartados anteriores y otras que no se han mencionado en este capítulo, el modelo que emerge va mucho más allá de las series lineales o modelos ramificados genealógicos del cambio mediático: la evolución de los medios, en este marco teórico, se parece más a una red tridimensional que a un árbol bidimensional darwiniano (Scolari, 2013). Aunque no podemos ignorar el paso irreversible del tiempo, la densidad

de las relaciones intermediales es tan grande y variada que no resulta difícil imaginar una red de interconexiones que une a todos los medios, incluidos los viejos, los nuevos e incluso las formas de comunicación que han prácticamente desaparecido como el papiro o el telégrafo (figura 5).

Fig. 5. La evolución de los medios como red de relaciones intermediales (Scolari, 2013).



Resumiendo: un medio nunca está solo; es solo un actor de un ecosistema complejo poblado por muchos otros medios que atraviesan diferentes fases de su ciclo vital. Del mismo modo, los medios no pueden analizarse de manera aislada: las características y la evolución de un medio dependen en buena parte de las relaciones que establece con otros medios. La intermedialidad es un conjunto multidimensional de relaciones que pueden afectar los discursos de los me-

dios, sus soportes materiales o las instituciones que orbitan a su alrededor. En cuanto a los diferentes tipos de relaciones intermedias, cualquier estudio debe considerar que la intermedialidad encarna la doble lógica de la continuidad y el cambio. Un concepto como el de *remediación*, en su doble dimensión de inmediatez e hipermediación, ha sido de gran utilidad para enmarcar estas continuidades y discontinuidades. Entre todas las relaciones posibles, este capítulo también se ha centrado en la competencia/cooperación y la inclusión/exclusión, pero un mapa completo y exhaustivo de las relaciones intermediales es todavía una tarea pendiente para la Evolución de los Medios. Cuando todas las relaciones intermediales y fases del ciclo vital se superponen, lo que emerge es una red que rompe con cualquier concepción lineal del cambio mediático. Más que una línea de tiempo caracterizada por una secuencia de dispositivos o un árbol que se bifurca, la evolución mediática es una red compleja de actores, relaciones y procesos (Scolari, 2021a).

9.3. Estudio de caso: las relaciones entre literatura, pintura, fotografía y cine

En el siglo XIX la evolución de los medios de comunicación fue paralela a la del transporte. En esos años la Tierra comenzó a encogerse gracias a la construcción de las ferrovías y la introducción de la máquina de vapor en trenes y barcos. Estas transformaciones sociotecnológicas vinieron acompañadas por un conjunto de no menos traumáticas mutaciones en el ámbito cultural y mediático. Estos cambios van de la emergencia de nuevos medios –daguerrotipo (1829), telégrafo eléctrico (1839), teléfono (1876), telégrafo inalámbrico (1894) y cine (1895)– hasta la masificación de los periódicos debido a la introducción de la prensa a vapor (1814), la aparición del escritor profesional y la consecuente reconfigura-

ción de las relaciones entre los actores humanos e institucionales (Rivera, 1980; Bourdieu, 1995).

La emergencia del artista profesional

La llegada de una nueva generación de escritores profesionales fue un golpe que desestabilizó el campo artístico. En su clásico estudio sobre la autonomización de la literatura en el siglo XIX, Pierre Bourdieu presentó un amplio panorama del surgimiento de los escritores profesionales y otras figuras en un momento de profunda transformación socio-tecnológica. La independencia de los artistas de los tradicionales mecenas aristocráticos fue un proceso complejo mediado por el emergente mercado cultural industrializado (periodismo, edición, ilustración, etc.) y por instituciones como los *salons*. En el caso específico de los pintores,

al reivindicar la autonomía de la representación propiamente “icónica”, como se dirá más adelante, en relación con la enunciación verbal, los pintores abandonan lo literario, es decir el “motivo”, la “anécdota”, todo lo que puede inducir a pensar en un propósito de reproducir y de representar, en pocas palabras, de *decir*, partiendo de que el cuadro debe obedecer sus leyes propias, específicamente pictóricas, e independientes del objeto representado (Bourdieu, 1995: 209).

Este tipo de análisis en el que Bourdieu aplica sus categorías clásicas (*campo, habitus, capital*, etc.) puede satisfacer a un sociólogo de la cultura, pero no a un investigador de la evolución de los medios. Lo que llama la atención es que en las prácticas artísticas analizadas por Bourdieu no resulta fácil encontrar soportes materiales u objetos tecnológicos. ¿Qué papel jugó la combinación de la imprenta con la máquina de vapor en la transformación de la concepción del escritor?

¿Se pueden entender los cambios en la pintura sin considerar la difusión de la fotografía? ¿Cómo influyó la comercialización del óleo en pequeños tubos portátiles en los nuevos estilos pictóricos, por ejemplo el movimiento *En plein air* (al aire libre)? La dimensión material de estos intercambios, a menudo ausente en los análisis de Bourdieu, es un componente central de la propuesta analítica de la Evolución de los Medios.

Entre la pintura y la fotografía

Incluir actores tecnológicos en el estudio del cambio cultural y mediático es solo el primer paso. Una vez más, los investigadores de los medios y la comunicación se ven obligados a volver a Marshall McLuhan; para el canadiense, “es imposible comprender el medio de la fotografía sin entender sus relaciones con los otros medios, nuevos y antiguos” (McLuhan, 1996: 211). Como ya se ha visto en el capítulo 6, los primeros daguerrotipos realizados a principios del siglo XIX emulaban el estilo y los contenidos de la pintura al reproducir retratos, imágenes *post mortem* y escenas bucólicas que habían sido patrimonio de los artistas del caballete hasta entonces. En la misma línea, el movimiento de fotografía artística desarrollado en las últimas tres décadas del siglo XIX, que se consolidó con la publicación de *Naturalistic Photography for Students of the Art* de Peter H. Emerson en 1889, proponía un “pictorialismo” fotográfico que emulaba los acabados y estrategias narrativas de la pintura, por ejemplo componiendo escenas de forma artificial y teatral (Fontcuberta, 2003; Gómez-Isla, 2019). La influencia del medio tradicional (pintura) sobre el emergente (fotografía) fue manifiesta en ambos casos.

Si la pintura ya había establecido una fructífera asociación con la óptica a través del uso de la cámara oscura, a principios del siglo XIX los avances en el campo de la química

generarían una revolución en las formas de representación que amenazaba las imágenes creadas por los pintores. Primero el daguerrotipo, y luego la fotografía, llevaron a una reformulación de la pintura como lenguaje, haciendo que conceptos como “verismo” o “fidelidad” fueran dejados de lado. En palabras de Umberto Eco,

sin la invención de Daguerre, el impresionismo no hubiera sido posible. Pero la idea de que una nueva tecnología suprime una función anterior es demasiado simplista. Tras la invención de Daguerre, los pintores ya no se sintieron obligados a servir como meros artesanos encargados de reproducir la realidad tal como creemos verla. Pero esto no quiere decir que el invento de Daguerre solo fomentara la pintura abstracta. Hay toda una tradición en la pintura moderna que no podría existir sin el modelo fotográfico: no estoy pensando en el hiperrealismo, sino también (déjenme decir) en Hopper. La realidad es vista por el ojo del pintor a través del ojo fotográfico (Eco, 1996: 304).

La emergencia de la fotografía obligó a los pintores a abandonar la absurda tentación de representar fielmente una realidad que cualquier cámara podía reproducir con mayor precisión. En consecuencia, en la segunda mitad del siglo muchos retratistas y miniaturistas fueron marginados o se convirtieron en fotógrafos. Los pintores debían esforzarse por innovar en la representación visual del mundo y romper con una tradición que provenía del siglo XVI. En otras palabras, “el ojo fijo del Renacimiento se convertiría inevitablemente en el ojo móvil de la modernidad” (Gómez-Isla, 2019: 124).

Más que formas y cuerpos definidos, o composiciones estáticas, estos pintores pretendían captar la incidencia cambiante de la luz y el paso fugaz del tiempo sobre esos mismos cuerpos. Con las mismas herramientas pictóricas de antaño, pero utilizadas de un modo nuevo, muchos de estos pintores emularon el movi-

miento mediante efectos como la borrosidad, que eran más propios de los ruidos generados por la cámara que de la percepción humana. La atmósfera de los lugares o el instante cambiante pasaron a ser los temas preferidos de los creadores del siglo xx, desde el cubismo y el futurismo italiano en adelante. Unas cuantas décadas antes, Claude Monet, pintor impresionista de ojo prodigioso, ya había intentado plasmar esa realidad huidiza y efímera (Gómez-Isla, 2019: 125).

Mientras la mirada de Claude Monet permanecía fija en el espacio y en el tiempo representados, congelando en cada obra lo efímero del momento percibido (como una instantánea), Paul Cézanne “se iba a convertir en un ojo móvil, un ojo que se deslizaba sobre el referente para recrear una nueva sensación de movilidad, dinamismo y temporalidad (quizás más cercano al cine)”. Ya en el siglo xx movimientos de vanguardia como el cubismo y el futurismo adoptaron como propia la concepción de Cézanne, “anteponiendo por vez primera la *idea* a la *visión fidedigna* de la realidad percibida” (Gómez-Isla, 2019: 127). Como se puede apreciar, las relaciones intermediales entre la fotografía y la pintura siempre fueron muy complejas y funcionan en ambos sentidos.

Luz, cámara, acción

La emergencia del cine fue el resultado de un largo proceso que incluyó diversos dispositivos mecánicos, desde las linternas mágicas hasta el fenaquistiscopio y el zoótropo, todos ellos medios destinados a generar el efecto óptico de movimiento. No fue hasta la última década del siglo xix, cuando la mecánica se encontró con la química, que “finalmente se combinaron la generación automática de imágenes y su proyección automática. Un ojo mecánico se asoció con un corazón mecánico; la fotografía conoció al motor. Como resul-

tado, nació el cine, un régimen muy particular de lo visible” (Manovich 2010: 247).

En cualquier descripción del paso de la fotografía al cine es imposible no mencionar a Étienne-Jules Marey, el inventor del fusil fotográfico o cronofotógrafo, un instrumento capaz de tomar 12 fotogramas consecutivos por segundo, y los experimentos de Eadweard Muybridge en el campo de la representación secuencial. Estas mejoras tecnológicas permitieron desglosar y analizar los movimientos (no solo humanos) gracias a una serie de rápidas imágenes. Estas cronofotografías obviamente influyeron en los pintores, tal como lo demuestra la conocida obra de Marcel Duchamp *Desnudo bajando una escalera* (1912).

La capacidad del cine para crear poderosas narrativas visuales influenciadas por la literatura, la fotografía, el teatro y la pintura hizo que otras formas de representación visual parecieran obsoletas. Los artistas visuales encontraron en el fotomontaje y el *collage* una forma de contrarrestar el poder del nuevo medio fragmentando y editando piezas gráficas, tal como lo hacía el cine con sus planos en un eje temporal. Sin embargo, al principio,

los artistas negaban cualquier deuda con la fotografía y el cine, como ocurrió con los impresionistas, los cubistas y los futuristas. Esta actitud de rechazo es cuestionada por los dadaístas, constructivistas y surrealistas, que asumen sin complejos los nuevos medios, proceso que se intensificaría con las segundas vanguardias, que fueron adoptando las tecnologías como lenguajes creativos, con el hito del llamado arte de acción y del videoarte (Colorado Castellary y Andrade Pereira, 2018: 10).

Por otro lado, incluso las primeras producciones pioneras de los hermanos Lumière como la mítica *La llegada del tren a la estación de La Ciotat*, una película de 50 segundos proyec-

tada en enero de 1896, mostraban cierta semejanza con los motivos más recurrentes entre los pintores impresionistas.

Esto no se debe únicamente a la realidad compartida ante la que unos instalaban sus caballetes y los otros sus trípodes. Auguste y Louis Lumière habían recibido de su padre la formación artística habitual entre las familias burguesas de la época. Así pues, *La llegada del tren a la estación de La Ciotat* se “encuadró” siguiendo los códigos de la representación pictórica. Y si bien los dos hermanos apenas tenían afinidades con la vanguardia artística de finales del siglo XIX –el impresionismo–, sus imágenes cinematográficas coinciden manifiestamente con las demás imágenes contemporáneas, principalmente las creadas por Claude Monet (Païni, 2016: 41).

El análisis de las complejas y en ocasiones peligrosas relaciones entre la pintura, la fotografía, el cine y otros medios no mencionados en esta sección como los periódicos, el teatro o las tiras cómicas, es un buen ejemplo del tipo de trabajo que un enfoque evolutivo del cambio mediático debería desarrollar. En cualquier caso, más allá del análisis comparativo semiótico o estético de las obras, es imperativo incluir actores tecnológicos (desde las pesadas rotativas y linotipias hasta los pequeños tubos de pintura, los fusiles fotográficos, los teléfonos móviles, los algoritmos y las granjas de servidores) para trazar un mapa material lo más completo posible de las relaciones intermediales.

Quizá merezca la pena repetirlo una vez más: la Evolución de los Medios considera a la identificación y el análisis de las relaciones intermediales como una de las dimensiones clave de su enfoque y las sitúa en el centro de su programa de investigación. En el caso específico de la cooperación entre medios, hay un tipo específico de relación que merece un apartado propio: la *coevolución*. Ese es el tema del capítulo final de la segunda parte de *Sobre la evolución de los medios*.