

Série

19

NUPECC

MIDIALIDADE

ENSAIOS SOBRE COMUNICAÇÃO,
SEMIÓTICA E INTERMIDIALIDADE

LARS ELLESTRÖM

AUTOR

ANA CLÁUDIA MUNARI DOMINGOS

ANA PAULA KLAUCK

GLÓRIA MARIA GUINÉ DE MELLO

ORGANIZADORAS

MIDIALIDADE

ENSAIOS SOBRE COMUNICAÇÃO,
SEMIÓTICA E INTERMIDIALIDADE



Pontifícia Universidade Católica
do Rio Grande do Sul

Conselho Editorial da Série NUPECC

Antonio Carlos Hohlfeldt (Editor)
PUCRS

Christa Berger
Unisinos

José Marques de Melo
Metodista

Marialva Barbosa
UFRJ

Nélia Del Bianco
UNB

Rosa Maria Dalla Costa
UFParaná

Maria das Graças Pinto Coelho
UFRN

Rudimar Baldissera
UFRGS

Paulo Vaz
UFRJ

Maria Immacolatta Vassalo Lopes
USP

Luciana Mielniczuk
UFRGS

Federico Casalegno
MIT

Moisés Martins
Universidade do Minho

Margarita Ledo
Universidad de Santiago de Compostela

Michel Maffesolli
Sorbonne V

Philippe Joron
Montpellier III

Chanceler

Dom Jaime Spengler

Reitor

Evilázio Teixeira

Vice-Reitor

Jaderson Costa da Costa

CONSELHO EDITORIAL

Presidente

Carla Denise Bonan

Editor-Chefe

Luciano Aronne de Abreu

Beatriz Correa P. Dornelles

Carlos Alexandre Sanchez Ferreira

Carlos Eduardo Lobo e Silva

Eleani Maria da Costa

Leandro Pereira Gonçalves

Newton Luiz Terra

Sérgio Luiz Lessa de Gusmão

Série

19

NUPECC

MIDIALIDADE

ENSAIOS SOBRE COMUNICAÇÃO,
SEMIÓTICA E INTERMIDIALIDADE

LARS ELLESTRÖM

AUTOR

ANA CLÁUDIA MUNARI DOMINGOS

ANA PAULA KLAUCK

GLÓRIA MARIA GUINÉ DE MELLO

ORGANIZADORAS



edipucrs

PORTO ALEGRE

2017

© EDIPUCRS 2017

CAPA Thiara Speth

DIAGRAMAÇÃO Camila Borges

AUTOR Lars Elleström, Linnaeus University

COORDENAÇÃO DE TRADUÇÃO Glória Maria Guiné de Mello

REVISÃO EDITORIAL Ádria Grazielle Pinto, Helena Jungblut e Rafael Peduzzi Gomes

ORGANIZADORAS Ana Cláudia Munari Domingos, Ana Paula Klauck, Glória Maria Guiné de Mello

TRADUTORES E COLABORADORES Rafael Eisinger Guimarães (UNISC/RS), Glória Maria Guiné de Mello (IChS-UFOP/MG), Sabrina Schneider (Institute of Modern Languages Research, Londres), Ana Cláudia Munari Domingos (UNISC/RS), Erika Viviane Costa Vieira (UFVJM – Universidade Federal dos Vales do Jequitinhonha e Mucuri/MG), Ana Paula Klauck (IFES), Miriam de Paiva Vieira (UFMG/MG), Helena Jungblut (UNISC/RS), Ádria Grazielle Pinto (UNISC/RS), Rafael Peduzzi Gomes (UNIRITTER/RS)

IMPRESSÃO E ACABAMENTO Gráfica Epecê



EDIPUCRS – Editora Universitária da PUCRS

Av. Ipiranga, 6681 – Prédio 33 – Caixa Postal 1429
CEP 90619-900 / Porto Alegre – RS – Brasil
Fone/fax: (51) 3320 3711
E-mail: edipucrs@pucrs.br
Site: www.pucrs.br/edipucrs

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

E45m Elleström, Lars

Midialidade : ensaios sobre comunicação, semiótica e intermidialidade / Lars Elleström ; organizadoras Ana Cláudia Munari Domingos, Ana Paula Klauck, Glória Maria Guiné de Melo. – Porto Alegre : EDIPUCRS, 2017.
273 p. (Série NUPECC ; 19)

ISBN 978-85-397-1016-4

1. Mídia social. 2. Intermidialidade. 3. Semiótica. 4. Comunicação. I. Domingos, Ana Cláudia Munari. II. Klauck, Ana Paula. III. Melo, Glória Maria Guiné de. IV. Título. V. Série.

CDD 23 ed. 302.23

Ficha catalográfica elaborada pelo Setor de Tratamento da Informação da BC-PUCRS.

TODOS OS DIREITOS RESERVADOS. Proibida a reprodução total ou parcial, por qualquer meio ou processo, especialmente por sistemas gráficos, microfilmicos, fotográficos, reprográficos, fonográficos, videográficos. Vedada a memorização e/ou a recuperação total ou parcial, bem como a inclusão de qualquer parte desta obra em qualquer sistema de processamento de dados. Essas proibições aplicam-se também às características gráficas da obra e à sua editoração. A violação dos direitos autorais é punível como crime (art. 184 e parágrafos, do Código Penal), com pena de prisão e multa, conjuntamente com busca e apreensão e indenizações diversas (arts. 101 a 110 da Lei 9.610, de 19.02.1998, Lei dos Direitos Autorais).

SUMÁRIO

APRESENTAÇÃO | 7

SOBRE A TRADUÇÃO | 13

UM MODELO DE COMUNICAÇÃO CENTRALIZADO NA MÍDIA | 15

A Medium-Centered Model of Communication

Tradução de Rafael Eisinger Guimarães

**AS MODALIDADES DAS MÍDIAS: UM MODELO PARA
A COMPREENSÃO DAS RELAÇÕES INTERMIDIÁTICAS | 49**

*The Modalities of Media: A Model for Understanding
Intermedial Relations*

Tradução de Glória Maria Guiné de Mello

**REPRESENTAÇÃO MATERIAL E MENTAL:
PEIRCE ADAPTADO AO ESTUDO DAS MÍDIAS E DAS ARTES | 101**

*Material and Mental Representation: Peirce Adapted to
the Study of Media and Arts*

Tradução de Sabrina Schneider

**ADAPTAÇÃO NO CAMPO DAS TRANSFORMAÇÕES
DAS MÍDIAS | 175**

Adaptation within the Field of Media Transformations

Tradução de Ana Cláudia Munari Domingos

ADAPTAÇÃO E INTERMIDIALIDADE | 199

Adaptation and Intermediality

Tradução de Erika Viviane Costa Vieira

**TRANSFERÊNCIA DE CARACTERÍSTICAS DAS
MÍDIAS ENTRE MÍDIAS DIFERENTES | 229**

Transfer of Media Characteristics

Among Dissimilar Media

Tradução de Ana Paula Klauck

**OS PARADOXOS DA ARTE POSTAL:
COMO CONSTRUIR UM TIPO DE MÍDIA DE ARTE | 249**

The Paradoxes of Mail Art: How to Build an

Artistic Media Type

Tradução de Ana Paula Klauck

APRESENTAÇÃO

Lars Elleström é professor titular de Literatura Comparada na Linnaeus University, Suécia. Escreveu e editou vários livros, dentre eles *Media Transformation: The Transfer of Media Characteristics Among Media* (2014) e *Media Borders, Multimodality and Intermediality* (2010), que versam sobre o modelo proposto pelo autor para o estudo da transferência de características entre diferentes mídias. Para chegar a este modelo, o autor realizou vários e diferentes estudos, publicando uma grande quantidade de ensaios e artigos, alguns dos quais encontram-se traduzidos neste volume. Elleström trabalha também com estudos sobre gênero e semiótica, tendo como objetos, por exemplo, a poesia e a ironia, mas seu interesse principal são os Estudos de Intermedialidade.

Elleström coordena atualmente a *International Society for Intermedial Studies* – ISIS, entidade fundada em 1996, da qual participam os mais importantes nomes¹ desta linha de pesquisa. As relações entre as diferentes formas de arte, em seu sentido mais amplo, e as mídias, a partir de um contexto cultural, são o foco principal das pesquisas empreendidas. Seu objetivo é a promoção e a difusão dos Estudos de Intermedialidade nos âmbitos de pesquisa e pós-graduação por meio de conferências e seminários nacionais e internacionais.

¹ Fazem parte da Comissão Executiva nomes como o de Liliane Louvel (Universidade Poitiers, França) e Ágnes Pethö (Universidade Sapientia da Transilvânia, Hungria). São membros do conselho: Siglind Bruhn (Ann Arbor, EUA), Claus Clüver (Bloomington, EUA), Nils Holger Petersen (Copenhague, Dinamarca), Irina Rajewsky (Berlim, Alemanha) e Magdalena Wasilewska-Chmura (Krakow, Polônia).

Uma das principais contribuições da *International Society for Intermedial Studies* é a criação de uma rede internacional de grupos de pesquisa². Entre eles, encontra-se o grupo *Intermídia: Estudos sobre a Intermedialidade*³, certificado pelo CNPq e liderado pela professora doutora Thaís Flores Nogueira Diniz (UFMG) e pelo professor Claus Clüver (*Indiana University*), do qual alguns tradutores dos textos que integram este livro são membros.

O Centro de Estudos Intermediáticos e Multimodais – *Centre for Intermedial and Multimodal Studies (IMS)* – da Linnaeus University, liderado por Lars Elleström, é um ambiente interdisciplinar, que concentra estudos de literatura comparada, comunicação social, linguística, música, cinema e arte. De modo a fomentar investigações da intermedialidade, esse espaço de trabalho transdisciplinar ainda pouco comum é essencial para uma pesquisa abrangente que viabilize a elaboração e o desenvolvimento de modelos conceituais possíveis de serem aplicados em diferentes campos do saber, que é exatamente o que o professor Lars Elleström nos oferece nos artigos compilados neste volume.

Os estudos sobre mídia e intermedialidade realizados por Elleström respondem a uma necessidade cada vez maior de se pensar (ou repensar) o que se entende por mídia, as relações entre as mídias e as construções e transformações de sentido advindas dessas relações. Em tempos em que muitas atividades humanas têm sido midiadas por máquinas e tecnologias eletroeletrônicas e digitais, termos como transmedialidade e intermedialidade têm aparecido em diferentes áreas de pesquisa. E, assim, vários campos têm como objeto de estudo os sentidos representados pelo termo *mídia*.

² Association of Adaptation Studies; Bremen Conferences on Multimodality; Center for Research on Intermediality; Centre for the Study of Visual and Literary Cultures in France; The Centre for Intermediality in Performance; Centre for Intermediality Studies in Graz (CIMIG); Centre for Literary and Intercultural Studies; Centre for Multimodal Research; Comparative Arts Studies, Indiana University; Linnaeus University Centre for Intermedial and Multimodal Studies; Iconicity in Language and Literature; Innsbruck Media Studies; Intermediality; Intermediality in Theatre and Performance; Intermediality and Performance; Intermídia: Estudos sobre a Intermedialidade; International Association of Word and Image Studies, IAWIS; International Association for Word and Music Studies, WMA; Moving Images Research Group; Scottish Word and Image Group, SWIG; Studies on Intermediality and Intercultural Mediation.

³ Registrado no Diretório de grupos de pesquisa do CNPq: <http://dgp.cnpq.br/buscagrupo/detalheGrupo.jsp?grupo=03338037EO09HQ&censo=2010>.

Sentido e representação são palavras necessárias para que se possa trazer à baila a multiplicidade de interpretações a partir dessas diferentes perspectivas de análise. No entanto, não parece haver discrepâncias que possam anular ou mesmo colocar em choque aquilo que se pretende significar com a palavra *mídia* em seu sentido mais amplo. O que há, mesmo a partir de estudos de um mesmo campo, como o da Comunicação, é a necessidade de formalizar conceitos a partir dos próprios objetos, estabelecendo modelos que possam ser utilizados por todos os investigadores. A *mídia* cinema é analisada a partir da Semiótica e da Literatura Comparada, por exemplo, dentro dos estudos de Adaptação, sem que haja coesão em relação à terminologia referente aos objetos e fenômenos que ambas colocam sob suas lentes. O termo *mídia* ainda hoje parece deslocado dentro dos estudos literários, para quem o livro é o suporte tradicional, por assim dizer, da literatura. E assim acontece com derivações e variantes que advêm das investigações para as quais a mediação, a representação, a travessia e a transformação de sentidos ocorrem a partir de mídias.

Durante muitos anos, a partir da Literatura Comparada, e com travessias entre os estudos de Comunicação, Semiótica e Linguística, Lars Elleström tem arduamente procurado entender as distintas relações entre as mídias a partir das ideias de midialidade, representação e transmídia- lidade, defendendo o campo da Intermídia- lidade como aquele que pode abarcar todos esses fenômenos que, como o próprio nome explicita, ocorrem entre as mídias. Neste livro, reunimos o resultado de vários de seus estudos, que propõem terminologias, modelos e metodologias de análise dos fenômenos entre mídias que, finalmente, podem servir a diferentes tipos de investigação sem que seus limites e interesses sejam obliterados.

Em “Um modelo de comunicação centralizado na mídia”, a partir daqueles propostos por Shannon (1948), Jakobson (1960) e Schramm (1971), Elleström dá forma a um novo modelo, que destaca as entidades essenciais da comunicação e a amplia para a *transmissão humana de significados*, pensando noções como a de *valor cognitivo* e propondo diferentes modos de compreender a mídia a partir do seu entendimento como *espaço intermediário*. Em “As mo-

dalidades da mídia: um modelo para compreender as relações intermidiais”, ele dá seguimento à proposição de padrões para a análise das relações entre as mídias, agora, mais especificamente, as mídias artísticas e suas diferentes modalidades, ou seja, a material, a sensorial, a espaçotemporal e a semiótica, como fundamentos que permitem que as mídias sejam percebidas de diferentes maneiras. Nesse artigo, ele explicita mais detalhadamente os três aspectos das mídias como *mídias básicas*, *mídias qualificadas* e *mídias técnicas*, de modo a amparar diferentes perspectivas de estudo.

A leitura de “Representação material e mental: Peirce adaptado aos estudos das mídias e das artes” traz imediatamente o reconhecimento do volumoso trabalho de análise e cotejamento da obra de Peirce, cujo status é fragmentário e, algumas vezes, contraditório. A partir de vários textos do notório semioticista, Elleström descreve sua funcional e produtiva tricotomia, tomando-a como base para a reconstrução de noções básicas para os estudos das mídias e das artes em sua interação, no *Modelo de Representação Material e Mental – RMM*.

Em “Transferência de *características das mídias* entre mídias diferentes”, o autor nos mostra como as possibilidades de travessia de dados significativos entre as mídias têm relação com aquilo que ele chama de *características transmidiais*. Aqui, ele estabelece as distinções fundamentais entre *mediação* e *representação* e, a partir delas, diferencia também dois tipos de transformação das mídias, a *transmediação* e a *representação*.

Esses modelos propostos para a compreensão do universo das mídias e das artes, que podem funcionar como metodologias de análise, são a referência para os estudos estabelecidos nos artigos seguintes, “A adaptação no campo das transformações das mídias” e “Adaptação e intermidialidade”, textos em que o autor trata de uma das áreas mais pesquisadas dentro dos estudos de transferências transmidiais: a adaptação. Em ambos os textos, além de estabelecer a área da transmidialidade como uma perspectiva analítica, Elleström defende sua colocação dentro do campo mais amplo da Intermidialidade. No primeiro texto, utilizando-se das distinções por ele estabelecidas nos textos anteriores – entre *mediação* e *representação* – ele distingue dois tipos de representação, a *simples* e a *complexa*, quando a

noção de *mídia qualificada* e *produto de mídia* faz mais sentido e quando o reconhecimento de um *perceptor* mostra-se um importante elemento de análise. Ainda neste artigo, a tricotomia de Peirce ganha novos contornos, para denotar diferentes processos de representação – a *descrição*, a *ilustração* e a *indicação*. No segundo artigo, o autor traça limites para o campo de estudos de intermedialidade, identificando zonas fronteiriças da área da adaptação através da análise de semelhanças e diferenças entre as mídias e suas condições materiais e semióticas.

No último artigo, “Os paradoxos da Arte Postal: como construir um tipo de mídia artística”, o autor analisa especificamente a Arte Postal em um exemplo interessante e complexo de como compreender um tipo de mídia a partir de paradoxos que lhe são inerentes. Para o autor, a Arte Postal inclui todos aqueles tipos de modos que ele descreve em um dos outros textos deste livro – o material, o sensorial, o espaçotemporal e o semiótico.

A abordagem de Elleström sobre mídia e suas inter-relações traz novas perspectivas aos estudos desse campo, propondo conceitos e ampliando o sentido de muitos estudos que por anos serviram como base para as pesquisas na área, e não evita o diálogo, a contraposição e mesmo novas possibilidades de análise. Através de especificações conceituais, muitas vezes repetidas a partir de outras perspectivas, Lars Elleström estabelece alguns dos limites dos estudos de Intermedialidade e, sobretudo, dá-nos ferramentas para compreender as relações entre as mídias não apenas a partir de suas características próprias mas também em vista dos diferentes aspectos da percepção das artes e seus produtos, colaborando de forma importante para investigações advindas de diferentes campos que têm nas mídias e suas relações seus objetos de pesquisa.

As organizadoras

Ana Cláudia Munari Domingos
Ana Paula Klauck
Miriam de Paiva Vieira

SOBRE A TRADUÇÃO

Pode-se dizer que há tantos tipos de tradução quanto há gêneros textuais. No caso dos trabalhos aqui traduzidos, outros aspectos também precisam ser levados em conta: são ensaios acadêmicos escritos por um pesquisador minucioso e teórico brilhante, cuja erudição nos surpreende a cada momento; foram escritos em língua inglesa, por um sueco; foram produzidos para diferentes publicações com intervalos temporais; são sete ensaios e seis tradutores geograficamente distantes entre si e do autor; o tema – Midialidade, Transmidialidade, Intermidialidade –, em torno de desdobramentos, por exemplo, da Semiótica de C. S. Peirce, é recente nas áreas de Literatura, Artes e Comunicação – o ensaio “Representação material e mental” apresenta um estudo exaustivo da obra deste autor.

Tudo isso aponta para a complexidade da tarefa empreendida. As traduções deveriam manter a erudição do autor, respeitar seu estilo correto, de longos períodos e parágrafos entremeados de referências, além de apresentar uniformidade na terminologia. Quanto a esta, mais um cuidado: diversos pesquisadores e teóricos usam os mesmos termos atribuindo-lhes significados e aspectos diferentes. Traduções anteriores a estas introduziram determinada ortografia em língua portuguesa para alguns desses termos, o que exigiu estabelecer as diferenças entre autores e usos, visto o próprio autor demarcar essas diferenças.

Assim, chegou-se aos seguintes critérios para a tradução de termos recorrentes e fundamentais nos ensaios de Elleström:

1. *Media differences* – diferenças entre as mídias
2. *Media characteristics* – características das mídias ou características midiáticas

3. *Medial – Intermedial – Transmedial*

- Estudo, pesquisa, análise: *medial*, em *intermedialidade* e *transmedial* (porque evidenciam o olhar sobre os fenômenos)
- Objeto, relação, produto: *mediático* (ou de *mídia*), *transmediático*, *intermediático* (porque são o próprio fenômeno e traduzem a qualidade como resultado)

4. *Mídia* e seus derivados: grafados com *i*, exceto **remediação** como utilizado na tradução de Bolter e quando diz respeito àquele conceito5. *Perceiver* – *perceptor* e seus derivados6. *Sense/Meaning*: sentido/significado7. *Cognitive import* – valor cognitivo

É importante ressaltar que a palavra *mídia* adquiriu sentido muito mais amplo do que *meios de comunicação*, o que é esclarecido no ensaio “As modalidades das mídias: um modelo para a compreensão das relações intermediáticas”. Além disso, esse trabalho instrumentaliza o pesquisador para a realização de análises dos processos envolvidos na *intermedialidade* e na *transmedialidade*, fator que diferencia o trabalho de Elleström daqueles da maioria dos autores que, principalmente, descrevem tais processos.

Entregamos a vocês leitores, estudiosos e pesquisadores, o resultado de uma tradução a muitas mãos e muitas cabeças, permeada por discussões, em sua maioria via internet, mas também em nossas casas ao longo de fins de semana dedicados à instigante e desafiadora tarefa de divulgar tão importante trabalho.

Impossível atingir a perfeição, mas temos a certeza de que nossa dedicação e empenho trazem para a língua portuguesa reflexões e *insights* de um incansável e brilhante pensador das relações intermediáticas.

Glória Maria Guiné de Mello
Ana Cláudia Munari Domingos

UM MODELO DE COMUNICAÇÃO CENTRALIZADO NA MÍDIA¹

A Medium-Centered Model of Communication

TRADUÇÃO DE RAFAEL GUIMARÃES

OBJETIVO

Existem muitos modelos de comunicação. Por quase um século, pesquisadores de diversas áreas têm tentado captar as entidades factuais e teóricas essenciais para a troca de informação e significado entre seres humanos. Muitas tentativas bem-sucedidas e extremamente úteis foram realizadas para descrever e analisar as características básicas da comunicação, e várias das definições acadêmicas mais influentes para as entidades presentes na comunicação assumiram a forma de modelos². Contudo, o principal objetivo deste artigo é expor um novo modelo de comunicação. Dada a infinidade de teorias existentes, por que é ele necessário?

Em primeiro lugar, um novo modelo é necessário porque, na realidade, os existentes apenas levam em conta o significado verbal, ignorando o não verbal. Ao passo que é comum reconhecer que a comunicação inclui não apenas a fala e outras formas verbais, estas hipóteses são principalmente nominais e não tiveram consequências de longo alcance quanto à forma

¹ Publicado em inglês em *Semiotica*, 2017.

² Ver LANIGAN, 2013.

como a comunicação foi teorizada. Afirimo que é equivocados supor que a comunicação do significado não verbal pode ser modelada por meio de um significado análogo ao verbal.

Também argumento que, para corrigir essas deficiências, precisamos de um novo modelo que identifique de forma metódica os componentes irredutíveis da comunicação, coloque-os sistematicamente em relação uns com os outros, e – mais importante – desenvolva minuciosamente a fase de transição da comunicação, que é muitas vezes chamada de “canal”, “mensagem”, “contato”, ou, às vezes, “mídia”. Vou tentar demonstrar que, apesar de os vários modelos existentes darem conta da maioria das entidades essenciais de comunicação de forma extremamente útil, algumas características fundamentais da comunicação ainda têm de ser devidamente incorporadas. Afirimo que essas características são mais bem conceitualizadas em termos de midialidade³ e com o auxílio da semiótica, oferecendo assim ferramentas teóricas vitais para identificar semelhanças e diferenças básicas entre as mídias e desenvolver aspectos materiais e mentais da midialidade a um grau satisfatório de complexidade.

A tarefa de um modelo de comunicação é, sem dúvida, oferecer, da forma mais lúcida possível, um quadro teórico para descrever, explicar e analisar os processos de comunicação. Ele deve incluir uma compreensão não apenas de como se concebe a comunicação, mas por que muitas vezes não é possível efetuar-la plenamente, e existem lados vitais do último aspecto que ainda não foram devidamente investigados. A noção tecnológica de ruído oferece possibilidades restritas para explicar as limitações comunicativas para além de perturbações físicas; de vital importância para os dados de engenharia da informação, esse elemento torna-se bastante trivial quando aplicado à comunicação de significado. Por outro lado, uma noção bem desenvolvida de mídia, que inclua traços pré-semióticos e semióticos, oferece a possibilidade de explicar como os vários tipos de significado podem ser

³ N. O. Decidimos por manter o “i” presente na palavra mídia, do português brasileiro, em todas as variantes, como já colocado no texto de apresentação dos tradutores.

comunicados, e por que eles nem sempre são compreendidos. Portanto, diferenças básicas de mídia essenciais para distinguir as capacidades comunicativas devem ser mapeadas.

O objetivo deste artigo é, portanto, delinear um modelo de comunicação centralizado na noção de mídia. Um modelo deve ser entendido como um esquema cognitivo claramente delineado que é descrito com o auxílio da linguagem e representado em um diagrama. Uma mídia deve ser entendida de forma ampla como o estágio intermediário da comunicação; assim, o termo *mídia* aqui se refere não somente às mídias de massa, mas também às mídias usadas em uma comunicação mais pessoal; não só às mídias baseadas em dispositivos tecnológicos externos, mas também baseadas na corporeidade; não somente às mídias planejadas, mas também casuais; não somente aquelas usadas para fins práticos, mas também para os artísticos – e assim por diante. Além disso, a mídia pode estar envolvida tanto em uma comunicação de duas vias, que alguns podem considerar como a comunicação “verdadeira”, quanto em comunicação de uma via, que também poderia ser chamada de “expressão”; Werner Wolf, por exemplo, escreveu sobre “mídia de expressão ou comunicação” (1999, p. 37).

Visto de uma perspectiva acadêmica distinta, o objetivo deste artigo é colocar os Estudos de Intermidialidade, que tem focado nas inter-relações entre mídias diferentes, dentro do amplo quadro da comunicação de significado pelo ser humano. Proponho que o modo mais relevante para enquadrar a noção de mídia é conceituá-la em termos de comunicação. Em outras palavras, considero as ideias de comunicação e mídia como interdependentes e mutuamente explicativas.

O artigo segue o seguinte esquema: primeiro, apresento uma crítica rudimentar a alguns modelos de comunicação conhecidos. Depois, sugiro um novo modelo de comunicação, centralizado na mídia. Com base em uma exposição metódica de suas entidades e inter-relações, trato de algumas implicações vitais e possibilidades da nova conceituação. O artigo é concluído com um breve relato de possíveis expansões do modelo exposto, e algumas observações finais sobre os traços distintivos do modelo.

Crítica dos modelos antigos de comunicação

Vou agora apresentar e discutir criticamente, de forma muito breve, as características mais fundamentais de quatro modelos clássicos de comunicação, a fim de estabelecer algumas concepções-padrão e alguns pontos de partida para os métodos de teorização reconceituados sobre a comunicação. Como é impossível dar conta de todos os modelos de comunicação existentes, escolhi os influentes modelos de Shannon (1948), Jakobson (1960), Schramm (1971) e Hall (1980), provenientes de áreas como tecnologia, linguística, estudos de comunicação e estudos culturais – cujas ideias também podem ser encontradas em modelos posteriores. Embora todos esses modelos pretendam representar traços básicos da comunicação, eles foram criados com diferentes propósitos, e, portanto, devem ser comparados com algum cuidado – em particular, por causa da distância existente entre a área de tecnologia e os outros campos. Em todo caso, certamente não é meu objetivo rejeitar os modelos como tais. Tenho um profundo respeito pelos estudiosos que os elaboraram e utilizarei, de fato, a maior parte dos seus conteúdos. No entanto, acredito que diversos aspectos devem ser modificados e esclarecidos, a fim de criar um modelo verdadeiramente abrangente de comunicação de significado.

Shannon

Em “Uma teoria matemática da comunicação” (1948), Claude Shannon afirmou com precisão que

[o] problema fundamental da comunicação é reproduzir em um ponto, exata ou aproximadamente, uma mensagem selecionada em outro. Frequentemente as mensagens têm um significado; isto é, elas se referem a algo ou estão correlacionadas, de acordo com um sistema com certas entidades físicas ou conceituais. Esses aspectos semânticos da comunicação são irrelevantes para o problema da engenharia (1948, p. 379).

Isso revela que há uma discrepância fundamental entre a questão estrutural e uma abordagem da comunicação centrada no significado. No entanto, o modelo de Shannon (Figura 1) também tem sido muito influente fora dos círculos tecnológicos, pois parece fornecer uma analogia útil entre a perspectiva da engenharia e o ponto de vista das ciências humanas e sociais. Esta analogia baseia-se em esquemas cognitivos semelhantes que são estruturados em torno de algum tipo de transmissão de uma fonte para um destino.

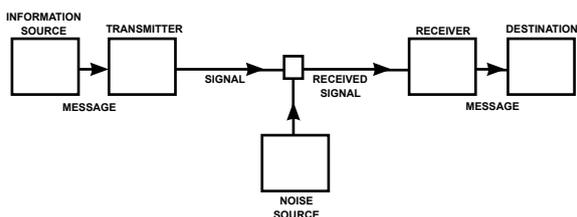


Figura 1. Modelo de comunicação de Shannon (1948, p. 381).

Embora não seja discutido aqui o teor matemático do trabalho pioneiro de Shannon, ele também ofereceu explicações úteis sobre as entidades em seu modelo. A *fonte de informação*, declarou ele, “produz uma mensagem ou sequência de mensagens a serem comunicadas ao terminal de recepção” (1948, p. 380). É importante notar que “mensagem” aqui significa dados quantificáveis de vários tipos; não tem nada a ver com significado. Em segundo lugar, um *transmissor* é um dispositivo técnico “que opera a mensagem de forma a produzir um sinal adequado para a transmissão no canal” (1948, p. 381). O canal (representado pelo pequeno quadrado no meio do diagrama visual) “é meramente a mídia utilizada para enviar o sinal do transmissor ao receptor. Pode ser um par de fios, um cabo coaxial, uma faixa de frequência de rádio, um feixe de luz, etc.” (1948, p. 381). Shannon, além disso, explica que o *receptor* “normalmente realiza uma operação inversa daquela realizada pelo transmissor, reconstruindo a mensagem a partir do sinal”, de modo que a mensagem possa chegar ao seu *destino*, o qual pode ser entendido como uma pessoa ou uma coisa (1948, p. 381).

Mais adiante no artigo, Shannon elucida a noção fundamental de ruído – um fenômeno puramente técnico, que está presente quando “o sinal recebido não é necessariamente o mesmo que o enviado pelo transmissor” (1948, p. 406.). Todavia, esse aspecto da comunicação tecnológica também se mostrou útil para posteriores modelos de comunicação focados no significado.

Apenas um ano após a publicação do trabalho de Shannon, Warren Weaver (1998 [1949]) divulgou, juntamente com uma reedição do artigo de Shannon, um estudo baseado, em grande medida, nas ideias deste, no qual discutiu uma definição ampla de comunicação como “todos os procedimentos pelos quais uma mente pode afetar outra”, incluindo “não apenas os discursos escrito e oral, mas também música, artes pictóricas, teatro, balé e, de fato, todo o comportamento humano” (1998 [1949], p. 3). Embora essa excelente delimitação de uma noção ampla de comunicação seja perfeita para o meu propósito, Weaver infelizmente não desenvolveu nem um pouco sua perspectiva abrangente, restringindo, em vez disso, sua proposta de ampliação do modelo de Shannon principalmente à fala. Mais adiante neste artigo, vou retomar alguns problemas causados pela adaptação de um modelo de engenharia de comunicação para as humanidades e as ciências sociais.

Jakobson

O modelo de comunicação de Roman Jakobson (Figura 2), apresentado no artigo “Linguística e poética” (1960), cruza a fronteira entre a linguística e os estudos literários. Seu objetivo era investigar a linguagem “em toda a variedade de suas funções”, uma exploração que “exige uma pesquisa concisa dos fatores constitutivos em qualquer evento discursivo, em qualquer ato de comunicação verbal” (1960, p. 353).



Figura 2. Modelo de comunicação de Jakobson (1960, p. 353).

Jakobson explicou os fatores desta forma sucinta:

O remetente envia uma mensagem ao destinatário. Para ser eficiente, a mensagem requer um contexto [que é] compreensível para o destinatário, e deve ser verbal ou suscetível de ser verbalizado; um código total ou ao menos parcialmente comum ao remetente e ao destinatário (ou, em outras palavras, ao codificador e ao decodificador da mensagem); e, finalmente, um contato, um canal físico e uma conexão psicológica entre o remetente e o destinatário, que permita a ambos entrar e permanecer em comunicação (1960, p. 353).

Estes elementos constitutivos estão dispostos em um esquema que, como o modelo de Shannon e todos os outros discutidos neste artigo, pressupõe um movimento da esquerda para a direita. É claro que as extremidades dos modelos de Jakobson e Shannon parecem corresponder rudimentarmente uma à outra. A noção de contato de Jakobson também pode ser aproximada da noção de canal de Shannon (o contato foi descrito por Jakobson como “um canal físico” (1960, p. 353)). Além disso, ambos os investigadores utilizaram o termo *mensagem* para se referir a entidades que parecem ter muito em comum. No entanto, em um exame mais detalhado, as diferenças parecem dominar: no modelo de Shannon, a mensagem consiste em dados quantificáveis que formam uma entidade que é transmitida; no modelo de Jakobson, a mensagem parece ser uma entidade intermediária (significativa) que está em estreita relação com o contato. Dois elementos de Jakobson – “contexto” e “código” – estão inequivocamente ligados à produção de significado, e não possuem nenhuma equivalência no modelo de Shannon.

Jakobson declarou explicitamente que seu objeto de pesquisa é a linguagem, o que torna sua investigação menos útil para a construção de um modelo de comunicação mais amplo. Outro problema é que seu artigo não apresenta, em nenhum trecho, esforços relevantes para definir ou discutir os seis elementos constitutivos de seu esquema. No entanto, o modelo de Jakobson destaca elementos que são indispensáveis para a comunicação de significado, e tem se destacado na sua área de investigação.

Schramm

Em “The nature of communication between humans” (1971, primeira edição em 1954), o estudioso da comunicação Wilbur Schramm sugeriu que “o processo de comunicação consiste em um processamento de informação organizado em torno de uma orientação compartilhada por certos signos” (1971, p. 22). Seu ponto de partida foi que “a relação de comunicação inclui três elementos” (1971, p. 15), que, juntos, formam um modelo ascético composto de comunicador (A), mensagem (m), e receptor (B) (Figura 3).



Figura 3. Modelo de comunicação de Schramm (1971, p. 23).

Embora Schramm tenha discutido muitas coisas em seu artigo frequentemente citado, esses três elementos são centrais. Curiosamente, ele argumentou que “nada realmente passa de A para B”; A, o comunicador (que deve ser entendido como uma pessoa) “codifica uma mensagem em signos da melhor maneira possível”, e então B, o receptor (outra pessoa) “lê uma mensagem daqueles signos” (1971, p. 22). O mérito dessa abordagem é que a atividade interpretativa do receptor é claramente demarcada. Schramm afirmou que “é tão significativo dizer que B age sobre os signos, quanto que os signos agem em B” (1971, p 22) – é por isso que a seta entre m e B aponta para ambas as direções.

Em minha opinião, o principal problema com o modelo de Schramm é que ele (como Jakobson) não examina realmente a noção de mensagem. Ele claramente atrelou-a à noção de signos, o que é um passo para um entendi-

mento mais complexo do elemento intermediário da comunicação. Ao mesmo tempo, ele quase parece substituir o termo “mensagem” por “signos” quando destaca o elemento intermediário: ao passo que a “mensagem” está, na verdade, circunscrita em duas mensagens (o comunicador “codifica uma mensagem”, o receptor “lê uma mensagem”, e “nada realmente passa de A para B”), os “signos” parecem ser uma unidade intermediária mais estável de acordo com a explicação de Schramm.

Apesar de seus méritos, penso que o modelo de comunicação de Schramm é um tanto quanto confuso. Por um lado, ele explicitamente argumentou que nada passa do comunicador ao receptor, e, além disso, deu a entender que a mensagem do receptor não é a mesma que a do comunicador, embora compartilhem os mesmos signos; por outro lado, ele afirmou que “são as *mensagens*, e não as ideias ou os pensamentos, que passam do comunicador para o receptor” (1971, p. 9). Consequentemente, a mensagem é entendida, de forma confusa, tanto como algo que está situado entre comunicador e receptor quanto como algo que passa do comunicador para o receptor. A minha impressão é que Schramm une duas entidades que devem ser mantidas separadas em um modelo de comunicação lúcido.

Hall

Meu último exemplo dos modelos influentes de comunicação é o apresentado por Stuart Hall em “Codificação/decodificação” (1980, primeira versão de 1973); um modelo que foi criado para ser usado principalmente nos estudos culturais. Hall argumentou – de maneira convincente, em minha opinião – que existem alguns “*momentos determinados*” no sistema complexo de comunicação: os momentos de “codificação”, de “decodificação” e da “forma da mensagem” (1980, p. 129). Embora esses três momentos determinados sejam parte “das relações sociais do processo de comunicação como um todo” (1980, p. 129), eles devem necessariamente ser destacados, como o diagrama visual de comunicação de Hall (Figura 4) deixa claro.

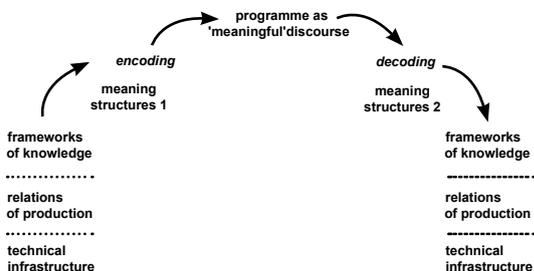


Figura 4. Modelo de comunicação de Hall (1980, p. 130).

Como demonstra o diagrama, os momentos de codificação e decodificação (noções que reconhecemos tanto em Jakobson quanto em Schramm) também são chamados de “estruturas de significado” 1 e 2. Notavelmente, Hall evitou colocar entidades como comunicador e receptor nas extremidades do diagrama, o que torna seu modelo especial e produtivo. Isso sugere que a comunicação tanto começa quanto termina com estruturas (não idênticas) de significado.

O inconveniente do modelo de comunicação de Hall é que ele usou uma abundância de termos para sugerir, em vez de especificar, os contornos de seus conceitos centrais. A entidade central em seu modelo – o terceiro momento determinado – é chamada, no diagrama, de “programa como discurso ‘significativo’” (programa deve ser entendido no sentido de programa televisivo – sendo a televisão o seu principal exemplo de comunicação), e “discurso ‘significativo’” é apenas um dos muitos termos que parecem visar o mesmo alvo. Hall escreveu sobre a entidade central como os “objetos” de comunicação: “significados e mensagens sob a forma de signos-veículo” que são organizados “pela operação de códigos dentro da corrente sintagmática de um discurso” (1980, p. 128). Mais adiante, em seu texto, encontram-se expressões como “veículos simbólicos constituídos dentro das regras da ‘linguagem’” (1980, p. 128); “forma da mensagem” (1980, p. 129); “mensagens codificadas sob a forma de um discurso significativo” (1980, p. 130); e “forma discursiva” (1980, p. 131).

Assim, sem ser muito preciso, Hall circunscreve questões semióticas com a ajuda de termos como *signos-veículo*, *código*, *veículos simbólicos*, e, mais tarde, *signos icônicos*. Considero que este seja um passo decisivo na direção certa, se o objetivo é criar um modelo de comunicação amplo que seja adequado para todos os tipos de comunicação, inclusive a não verbal. No entanto, a complexa explicação de Hall sobre comunicação acarreta alguns problemas. Ele usou o termo *mensagem* em relação a todos os três momentos determinados (1980, p. 130), o que torna seu texto um tanto obscuro. Além disso, focou na televisão, e ainda enfatizou que a comunicação está inscrita nas “regras discursivas da língua” (1980, p. 130), e utilizou constantemente os termos *código* e *escrita* para se referir à *leitura* de televisão. Embora essas expressões, juntamente com termos como *texto* e *linguagem*, tenham sido comumente utilizadas durante os anos 1970 e 1980 para denotar conceitos que vão além de sistemas *signico-verbais*, fica claro que o enquadramento conceitual dos argumentos de Hall é primariamente linguístico.

Em oposição a essa explanação, argumento que o significado é muito mais do que linguagem e códigos simbólicos baseados em convenções. Signos de similaridade (ícones) e de contiguidade (índices) também produzem significado. Concordo com Hall apenas parcialmente quando afirma, referindo-se a Umberto Eco, que “signos [i]cônicos também são [...] signos codificados – mesmo se os códigos aqui funcionem de forma diferente dos outros signos” (1980, p. 131- 132). Acredito que ele esteja certo na medida em que provavelmente não existam ícones “puros”, que não estejam misturados com símbolos de alguma forma. No entanto, o cerne da produção de significado do ícone (similaridade entre signo e objeto) difere fundamentalmente do cerne da produção de significado do símbolo (conexão habitual ou convencional entre signo e objeto). Portanto, a produção de significado icônico (e indicial) não pode ser compreendida precisamente em termos de códigos; todos os três tipos de signo – ícones, índices e símbolos – devem ser entendidos como formas profundamente diferentes de criação de significado (também quando misturados), e não podem ser aglutinados.

Um modelo de comunicação centralizado na mídia

Vou sugerir, agora, uma nova maneira de elaborar um modelo de comunicação daquilo que tradicionalmente se chama de significado. Minha proposição de modelo consiste no que considero ser as menores e mais básicas entidades de comunicação possíveis e suas inter-relações essenciais. Se uma dessas entidades ou inter-relações for removida, a comunicação não é mais possível. Consequentemente, o modelo não é redutível. Proponho que três elementos indispensáveis e interconectados sejam discernidos:

1. Algo sendo transferido;
2. Dois locais separados entre os quais a transferência ocorre;
3. Uma fase intermediária que torna a transferência possível.

As três entidades de comunicação em modelos anteriores

A primeira entidade, “algo que está sendo transferido”, foi chamada por Shannon de *mensagem*. No entanto, como a *mensagem* de Shannon é claramente definida como dado computável, ela não pode ser equiparada ao que é supostamente transferido durante a comunicação do significado. Jakobson também usou o termo mensagem para definir a entidade transferida, mas não delineou a noção subjacente ao seu termo. Schramm hesita entre dois argumentos incompatíveis: o de que não existe algo como uma entidade sendo transferida, e o de que a entidade transferida é uma “mensagem” – não ideias ou pensamentos. Em outra publicação, no entanto, ele declarou que um “conceito” deve ser reproduzido de forma a assegurar a comunicação (1955, p. 133). Hall também foi bastante vago quando deu a entender que o “significado” é transferido na comunicação. Em vez de afirmar claramente que a comunicação trata de transferência de significado, ele enfatizou que “estruturas de significado 1” e “estruturas de significado 2” podem ser diferentes, havendo graus de “simetria”, de “compreensão” e de “mal-entendido” (1980, p. 131). Em outras palavras:

se houver transferência de significado na comunicação, esta envolve a transformação do significado. O argumento de Hall é certamente razoável.

Mesmo que a segunda entidade, “dois locais separados entre os quais a transferência ocorre”, seja, sem dúvida, constituída por duas unidades, elas só podem ser delineadas uma em relação à outra. Shannon denominou tais unidades de “fonte de informação” e “destino”, salientando que o destino pode ser uma coisa ou uma pessoa. É possível, dessa forma, deduzir que a fonte também pode ser entendida como qualquer uma dessas coisas. No entanto, visto que o modelo de Shannon lida com a transferência de dados computáveis, é difícil ver como o destino possa ser uma pessoa. Para envolver a atividade de seres humanos no modelo de Shannon, fases que conectam dados físicos computáveis e significado mental devem ser adicionadas em suas extremidades. A fim de realmente *atingirem* uma pessoa, os dados brutos da (chamada) mensagem transferida devem ser percebidos e interpretados. Por outro lado, para Jakobson e Schramm, que argumentaram (embora de forma um pouco hesitante) em termos de as mensagens consistirem de significado em vez de dados computáveis, é menos problemático circunscrever os dois lugares como pessoas. Ao passo que os termos de Jakobson são *remetente* e *destinatário*, Schramm prefere *comunicador* e *receptor*. Por fim, Hall evitou delimitar como pessoas os dois lugares separados entre os quais a transferência ocorre. Na verdade, ele evitou indicar tais lugares de qualquer modo. No entanto, sua noção de que as “estruturas de significado” são, em certa medida, transferidas implica que elas, de fato, precisam estar localizadas em lugares capazes de conter um “significado” – que devem ser entendidos como as mentes dos seres humanos.

A terceira entidade, “uma fase intermediária que torna a transferência possível”, parece corresponder ao “canal” de Shannon, ou o que ele (apenas uma vez) chamou de “mídia”. O canal de Shannon é uma unidade material, como fios ou uma faixa de frequência de rádio, que são capazes de transferir dados computáveis. No entanto, embora tais unidades possam, certamente, estar envolvidas na transferência de significado, elas não são as entidades centrais que conectam dois lugares em que o significado pode ser localizado. Nas

próprias palavras de Shannon, o canal é apenas uma mídia para a transmissão de um sinal – e admito que não é um ponto crucial da transição. Novamente, os outros três modelos de comunicação, que foram desenvolvidos para lidar com o significado mental, oferecem melhores maneiras de compreender esta fase intermediária da comunicação do significado. O “contato” de Jakobson notadamente incorpora tanto um aspecto material quanto um mental, sendo descrito como “um canal físico e uma conexão psicológica entre o remetente e o destinatário” (1960, p. 353). Como observado anteriormente, Schramm usou o termo *mensagem* para representar não apenas a entidade transferida, mas também a fase intermediária de comunicação (a mensagem parece ser entendida tanto como algo “transferido” quanto “transferido através de”). É importante notar, no entanto, que Schramm descreveu a transmissão da mensagem não só como uma entidade material – tal como “uma carta” – mas também como “um conjunto de signos”, indicando, assim, a capacidade do material de produzir significado mental através de signos (1971, p. 15.). Hall também ressaltou a natureza semiótica da fase intermediária de comunicação. Sua designação para essa entidade foi “*discurso significativo*”. No entanto, como já mencionado, a sua terminologia é, em geral, bastante incoerente, resultando em incertezas quanto à natureza mais precisa da fase intermídia.

Os três elementos de comunicação em um modelo centralizado na mídia

Em relação à primeira entidade, “algo sendo transferido”, certamente há um ponto no conceito de Schramm que diz que não há ideias ou pensamentos transferidos na comunicação. Como Hall indicou, a transferência de significado envolve, muito provavelmente, uma mudança de significado; essa modificação pode ser apenas leve ou mais radical. No entanto, afirmo que os modelos de comunicação não podem prescindir da noção de algo sendo transferido. Se não há correlação alguma entre a entrada e a saída, simplesmente não há comunicação, posto que a ideia fundamental de comunicar é “compartilhar”; assim, um conceito de comunicação sem a noção de algo que está sendo transferido é realmente absurdo. Por mais problemática que possa ser, essa

noção deve ser mantida e meticulosamente examinada, em vez de ser evitada. Embora este não seja o lugar para um exame tão aprofundado, acredito que está claro que as unidades ou características transferidas certamente não podem estar confinadas a concepções distintas e conscientemente pretendidas, e talvez nem mesmo a “ideias”, como entende Schramm.

Minha sugestão é usar o termo *valor cognitivo* para se referir àquelas configurações mentais que entram e saem na comunicação. A noção que quero sugerir ao usar esse termo está, de forma clara, intimamente relacionada às noções apreendidas em termos como *significado* e *ideias*, embora a expressão *valor cognitivo* seja talvez menos sobrecarregada de certas noções das quais um termo como *significado* parece ter dificuldades de se desembaraçar. Significado é muitas vezes entendido como um conceito bastante rígido de sentido verbal, firme, definível ou até mesmo lógico. Valor cognitivo deve ser entendido como uma noção muito abrangente, que é relevante para uma ampla gama de tipos de mídia. É importante enfatizar que, apesar de o valor cognitivo ser sempre o resultado de um trabalho mental, nem sempre é possível articular usando a linguagem. Consequentemente, comunicação, de acordo com o modelo que proponho, não pode ser reduzida a comunicação de significado verbal ou verbalizável.

A segunda entidade, “dois locais separados entre os quais a transferência ocorre”, é mais frequentemente interpretada como duas pessoas. No entanto, essa noção objetiva não é suficientemente precisa para os meus propósitos. Como é imprescindível ser capaz de conectar mente e corpo a diferentes entidades do modelo de comunicação, deve-se evitar noções grosseiras como as de remetente-destinatário, de Jakobson, e as de comunicador-receptor, de Schramm. Essas noções dão a impressão de que a transferência ocorre necessariamente entre duas pessoas, constituídas de mentes e corpos, com um terceiro objeto, separado, intermediário, no meio, por assim dizer, sob a forma de uma “mensagem” que está essencialmente desconectada das pessoas que se comunicam. É melhor seguir a ideia implícita de Hall de que a comunicação ocorre entre locais

capazes de conter “significado”. A descrição de comunicação de Weaver como algo que ocorre entre “uma mente” e “outra” é simples e direta.

Minha sugestão é usar os termos *mente do produtor* e *mente do perceptor* para se referir aos lugares mentais em que o valor cognitivo aparece. Primeiro, existem certas configurações na mente do produtor e, em seguida, após a transferência comunicativa, existem configurações na mente do perceptor que são pelo menos remotamente semelhantes às da mente do produtor.

A maioria dos pesquisadores mencionados neste artigo reconheceu, de forma explícita ou implícita, que a terceira entidade, “uma fase intermediária que torna a transferência possível”, é, de alguma maneira, material. Como afirmado de forma sucinta em uma publicação recente, qualquer ato de comunicação “é possível através de alguma forma de *reificação concreta* da mensagem, que, em seu nível mais elementar, deve respeitar as leis físicas para existir e ter forma” (BOLCHINI; LU, 2013, p. 398). Além disso, Schramm e Hall discutiram claramente a fase intermediária em termos de signos. Em consonância com isso, sugiro que a entidade intermediária, que liga as duas mentes é sempre algo, de alguma maneira, material, embora não possa ser conceituado de forma clara apenas em termos de materialidade. Como conecta duas mentes em termos de uma transferência de valor cognitivo, deve ser entendida como materialidade que tem a capacidade de provocar certas respostas mentais.

Minha sugestão é usar o termo *produto de mídia* para fazer referência à fase intermediária que permite a transferência de valor cognitivo da mente de um produtor para a de um perceptor. Como os corpos dessas duas mentes podem muito bem ser utilizados como instrumentos para a transferência de valor cognitivo, eles são mediadores potenciais de um produto de mídia. Proponho que um produto de mídia possa ser obtido por qualquer matéria corporal ou não corporal (incluindo a matéria que emana diretamente de um corpo) ou uma combinação desses fenômenos. Isso significa que a mente do produtor pode, por exemplo, usar tanto uma matéria não corpórea (digamos, uma carta) quanto seu próprio corpo e suas extensões imediatas (fala e gestos) para realizar produtos de mídia. Além disso, o corpo do perceptor pode ser

usado como produto de mídia; por exemplo, o produtor pode realizar uma pintura na pele do perceptor ou empurrá-lo gentilmente para comunicar o desejo de que ele se mova um pouco.

Um modelo centralizado na mídia

Uma vantagem de usar o termo *mídia* é que sua etimologia conduz preferencialmente a noções neutras básicas, como meio e espaço intermediário. Uma possível desvantagem é que ele, de fato, tem sido usado para se referir a muitas entidades e fenômenos diferentes em várias áreas de pesquisa. O termo certamente já foi utilizado em modelos de comunicação, mas, até onde sei, ainda não foi ligado a um conceito desenvolvido que leve em conta todas essas qualidades fundamentais para uma compreensão adequada do estágio intermediário de comunicação. Na verdade, tal conceito não foi apresentado até esta data⁴.

Antes de tentar apresentar os contornos deste conceito, vou expor meu novo modelo de comunicação sob a forma de um diagrama visual (Figura 5) e discorrer sobre algumas de suas implicações. Interpretando esse diagrama da esquerda para a direita, o ato de comunicação inicia com um determinado valor cognitivo na mente do produtor. Consciente ou inconscientemente, o produtor decide dar forma a um produto de mídia, que pode ser assimilado por algum perceptor. O produto de mídia torna possível uma transferência de valor cognitivo da mente do produtor para a mente do perceptor; esta é uma transferência não no sentido de que o valor cognitivo, como tal, passa através do produto de mídia (o qual carece de consciência), mas no sentido de que há, no final, um valor cognitivo na mente do perceptor que tem algumas semelhanças com o valor cognitivo na mente do produtor.

⁴ Ver, por exemplo, o panorama proposto por CROWLEY, 2013.

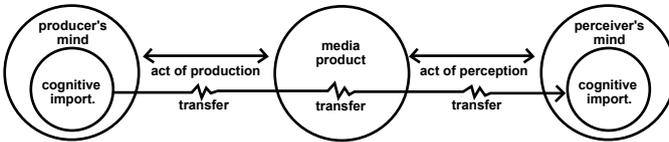


Figura 5. Um modelo de comunicação centralizado na mídia.

O diagrama visual contém as três entidades de comunicação delimitadas acima:

1. Algo sendo transferido: valor cognitivo;
2. Dois locais separados entre os quais a transferência ocorre: mente de produtor e mente de receptor;
3. Uma fase intermédia que possibilita a transferência: produto de mídia.

Além disso, ele exhibe quatro inter-relações essenciais entre essas entidades:

1. Um ato de produção “entre” a mente do produtor e o produto de mídia;
2. Um ato de percepção “entre” o produto de mídia e a mente do receptor;
3. Valor cognitivo “dentro” da mente do produtor e da mente do receptor;
4. Uma transferência de valor cognitivo “através” do produto de mídia.

As quatro inter-relações das entidades de comunicação em um modelo centralizado na mídia

Explicarei agora essas inter-relações, especialmente a quarta. A noção de produto de mídia, que foi delimitada de forma rudimentar anteriormente, e a questão de como o valor cognitivo pode ser transferido através de um produto de mídia, são essenciais para qualquer tentativa de compreender o cerne da comunicação.

A primeira inter-relação, “um ato de produção ‘entre’ a mente do produtor e o produto de mídia”, é sempre iniciada pela mente do produtor e sempre, inicialmente, efetuada pelo corpo do produtor. Às vezes, essa ação corporal primária resulta imediatamente em um produto de mídia, por exemplo, quando uma pessoa começa a falar com outra pessoa que está de pé ao seu lado: as ondas de som que emanam das cordas vocais constituem um produto de mídia que atinge o perceptor diretamente. Em outros momentos, a ação corporal primária está ligada a fases subsequentes de produção, e não é incomum estar conectada a uma ampla gama de ações e procedimentos antes de um produto de mídia estar presente para um perceptor. Por exemplo, falar ao telefone muitas vezes requer o manuseio do aparelho, além da ativação das cordas vocais do usuário, e requer sempre a construção de dispositivos tecnológicos que são adequados a transmitir as ondas sonoras iniciais para outro local, no qual o produto de mídia real é constituído – isto é, as ondas sonoras que podem ser ouvidas pelo perceptor. Da mesma forma, uma criança fazendo um desenho para seu pai, que está sentado junto com ela na mesa da cozinha, só tem de realizar, em princípio, uma ação corporal primária para criar um produto de mídia que está imediatamente disponível para o perceptor. No entanto, se o pai está em outro lugar, estágios adicionais de ações e procedimentos devem ser adicionados: o desenho pode ser enviado e fisicamente deslocado, ou digitalizado e enviado por email, posteriormente aparecendo de uma forma ligeiramente transformada como um produto de mídia que é midiado por uma tela de computador. O ato de produção pode, assim, tanto ser simples e direto, quanto complexo e indireto. Pode, além disso, incluir fases de armazenamento.

A segunda inter-relação, “um ato de percepção ‘entre’ o produto de mídia e a mente do perceptor”, é sempre iniciada pelos órgãos de sentido do perceptor e, até certo ponto, envolvida em um posterior processo de interpretação. A interpretação deve ser entendida como todos os tipos de atividades mentais que, de alguma forma, dão sentido aos insumos sensoriais. Essas atividades podem ser tanto conscientes quanto

inconscientes, e, sem dúvida, já estão presentes em uma forma básica quando as impressões sensoriais são inicialmente processadas. Assim, em comparação com o potencialmente extenso ato de produção, o ato de percepção é breve e rapidamente canalizado para interpretação que certamente ocorre na mente do perceptor. No entanto, o tipo, a qualidade e a forma de entrada sensorial proporcionada pelo produto de mídia, e de fato levada pelos órgãos de sentido do perceptor, são absolutamente cruciais para a interpretação formada na mente desse perceptor.

Uma comparação entre os modelos de comunicação orientados para o significado, como o que proponho aqui, e o modelo de transmissão de dados quantificáveis de Shannon pode dar a impressão de que os atos de produção e percepção são equivalentes às entidades e processos que Shannon chama de “transmissor”/“sinal” e “sinal recebido”/“receptor”. No entanto, a produção e a percepção de produtos de mídia envolvem processos corporais e cognitivos complexos e emaranhados que não podem ser propriamente reduzidos a analogias com processos mecânicos. Portanto, a extensão do modelo de Shannon para a área do significado, sugerida por Weaver, só funciona em um nível bastante superficial. Ao passo que, no contexto da engenharia, pode muito bem ser verdade que “o *receptor* seja uma espécie de transmissor invertido, devolvendo o sinal enviado em uma mensagem” (WEAVER, 1998 [1949], p. 7), o ato de percepção não pode ser descrito precisamente como um ato inverso ao da produção, a menos que se esteja satisfeito com uma analogia muito rudimentar. A criação de valor cognitivo, ou significado, requer muito mais do que uma percepção neutra das qualidades da matéria bruta do produto de mídia; não é um processo de reprodução de dados computáveis, mas uma interpretação de configurações sensoriais percebidas. Embora esse problema não seja totalmente negligenciado por Weaver, ele não o examinou em toda sua extensão. Além disso, deixando de lado as reivindicações de Weaver, deve-se notar que muitas vezes o ato de produção de fato envolve o ato de percepção e de interpretação, por parte do produtor, do produto de mídia emergente, o qual aproxima um ato do outro. Ao invés de dizer que o ato de percepção é uma inversão do ato de produção, o que assemelha a

relação entre os dois atos a uma transmissão puramente material, deve-se dizer que os atos de produção e percepção estão relacionados em um ato de transmissão material e mental, incluindo transição.

Mesmo que se note que há uma analogia superficial entre o modelo de comunicação de dados computáveis de Shannon e os modelos de comunicação orientados para o significado, é mais útil observar que o modelo de Shannon pode realmente ser incorporado como parte do ato de produção no modelo que proponho. Ao passo que alguns atos de produção não exigem dispositivos tecnológicos externos, outros exigem. Como os exemplos básicos demonstrados da conversa interpessoal e da ligação telefônica, pode ser o caso de uma ação corporal primária resultar imediatamente em um produto de mídia, enquanto, outras vezes, a ação corporal primária está ligada a fases subsequentes de produção, envolvendo tecnologia externa que, em última instância, resulta em um produto de mídia que é apresentado ao perceptor. Desnecessário dizer que o modelo de Shannon e a teoria matemática provaram ser extremamente úteis para a estrutura dos estágios não corporais de produção, embora sejam amplamente irrelevantes para as fases corporal e mental.

Acima, refutei a ideia de que o “destino” no modelo de Shannon pode ser entendido como uma pessoa, e que um ato de percepção deve ser adicionado se o seu modelo for aplicado à comunicação de valor cognitivo. Consequentemente, a solução é entender as entidades do modelo de Shannon como partes potenciais do ato de produção no meu modelo, com o “destino” sendo visto não como pessoa, mas como uma coisa: o produto de mídia. Essa entidade material deve ser claramente percebida e interpretada pela mente do perceptor para que a comunicação de valor cognitivo seja alcançada.

A terceira inter-relação entre as entidades de comunicação, “valor cognitivo ‘dentro’ da mente do produtor e da mente do perceptor”, será comentada apenas rapidamente aqui. É claro que não se pode afirmar, sem implicações intrincadas, que há uma certa quantidade de valor cognitivo confinado dentro de uma mente, e é, sem dúvida, difícil julgar a extensão real da semelhança

entre as duas quantidades de valor cognitivo confinadas nas duas mentes. Decidir isso de uma maneira mais precisa provavelmente está além do alcance dos métodos de pesquisa conhecidos. No entanto, não encontro problema na noção de que o valor cognitivo transferido é apenas uma parte das mentes do produtor e do perceptor. O valor cognitivo está “dentro” das mentes, no sentido de estar intimamente interligado com uma multiplicidade de outras entidades e processos cognitivos e, ao final, com a soma total das atividades mentais que, em geral, o rodeia. No mínimo, as mentes do perceptor e do produtor estão, ambas, no momento da comunicação, engajadas em pensar sobre como construir e interpretar o produto de mídia.

A quarta inter-relação, “uma transferência de valor cognitivo ‘através’ do produto de mídia”, é central para os meus argumentos neste artigo. Até agora, o produto de mídia foi descrito simplesmente como a entidade de comunicação que permite uma transferência de valor cognitivo da mente de um produtor para a mente de um perceptor, uma entidade material que tem a capacidade de desencadear uma resposta mental. A fim de dar uma explicação um pouco mais detalhada desta noção, tal capacidade em si deve ser examinada.

É claro que a transferência de valor cognitivo é apenas parcialmente comparável a outras transferências – tais como, por exemplo, a transferência de produtos entre duas cidades por trem. A transferência de valor cognitivo não é uma transferência material, mas uma transferência mental com o auxílio da materialidade. Em certo aspecto, pode ser comparada com o teletransporte, a transferência de energia ou matéria entre dois pontos sem cruzar o espaço intermédio. O valor cognitivo é de fato transferido entre dois pontos (duas mentes), e, ao contrário da transferência de mercadorias, não atravessa o espaço intermédio. No entanto, como a transferência depende do produto de mídia, pode-se dizer, de forma razoável, que ela vai «através» dele. De fato, o produto de mídia não é nem um objeto neutro de transferência material, como um carro de transporte de mercadorias, nem um espaço intermediário sem efeito, como no teletransporte; ele constitui uma etapa crucial da transição, não apenas a transmissão.

Nesta etapa do relato é necessário introduzir uma distinção entre produtos de mídia e o que pode ser chamado de *mídia técnica* ou, para ser mais preciso, *mídia técnica de distribuição de configurações sensoriais*. Tenho enfatizado que os produtos de mídia são entidades materiais; no entanto, eles precisam de mídias técnicas para se concretizarem de fato. Mídias técnicas são dispositivos materiais que possibilitam a manifestação física dos produtos de mídia no mundo. Eles são elementos que têm a capacidade de exibir produtos de mídia e torná-los disponíveis para os sentidos do perceptor; eles distribuem as configurações sensoriais⁵. Por exemplo, Harold A. Innis (1950) enfatizou a importância das mídias técnicas tais como pedra, argila, papiro e papel, para o desenvolvimento histórico da comunicação – mais especificamente a escrita – e da sociedade em geral. Mídias técnicas mais modernas incluem telas eletrônicas e ondas sonoras produzidas pelos alto-falantes. Todos estes diferentes tipos de entidades físicas são condições necessárias para tornar os produtos de mídia discerníveis.

A distinção entre produto de mídia e mídias técnicas é nitidamente teórica, em vez de ser uma distinção entre dois tipos diferentes de entidades materiais. Pelo contrário, as mídias técnicas são um pré-requisito para a existência física de um produto de mídia, e, em uma situação comunicativa, o perceptor identifica apenas um objeto ou fenômeno. A distinção é necessária para demonstrar a diferença – e a interdependência mútua – entre, por exemplo, um programa de televisão (um produto de mídia) e um aparelho de televisão (uma mídia técnica). Uma mídia técnica como um aparelho de televisão (que, na verdade, consiste de dois tipos de mídia técnica: a tela plana que emite fótons e os alto-falantes que fazem pulsar o ar) pode concretizar vários produtos de mídia diferentes (muitos programas de televisão). Por outro lado, um produto de mídia como um programa de televisão pode ser realizado por vários tipos de mídia técnica (não apenas aparelhos de televisão, mas também, por exemplo,

⁵ Ver, neste livro, “As modalidades da mídia”.

computadores, que também consistem em uma tela e alto-falantes). Às vezes o produto de mídia e as mídias técnicas são virtualmente inseparáveis, como no caso de uma pintura a óleo.

Acima, eu sugeri que os produtos de mídia podem ser obtidos por matéria corporal ou não corporal, ou uma mistura destas. Em outras palavras, existem mídias técnicas externas (dispositivos não corporais, como telas e tinta no papel) e mídias técnicas internas (corpos, partes de corpos ou fenômenos físicos que emanam diretamente de corpos). Eu também sugeri que todos os produtos de mídia podem ser analisados em termos de quatro tipos de traços básicos, que podem ser chamados *modalidades das mídias*⁶.

Três dessas modalidades são pré-semióticas, o que significa que elas abrangem características das mídias que estão envolvidas na significação – a criação de valor cognitivo na mente do perceptor – embora elas não sejam qualidades semióticas em si mesmas. As características pré-semióticas dizem respeito aos fundamentos da mediação, o que significa dizer que são condições necessárias para que qualquer produto de mídia seja recebido no mundo exterior através de uma mídia técnica, e, conseqüentemente, para que qualquer comunicação seja realizada.

As três modalidades pré-semióticas são a material, a sensorial, e a espaçotemporal. Os produtos de mídia são todos materiais no sentido que eles podem ser, por exemplo, sólidos ou não sólidos, orgânicos ou inorgânicos, dentre outras características semelhantes que pertencem à modalidade material. Da mesma forma, os produtos de mídia devem chegar à mente através de pelo menos um sentido; logo, a percepção sensorial é o denominador comum das características da mídia pertencentes à modalidade sensorial – produtos de mídia podem ser visuais, auditivos, táteis, e assim por diante. Além disso, todos os produtos de mídia têm características espaçotemporais, o que significa que aqueles que não tiverem pelo menos a extensão espacial ou a temporal são inconcebíveis. Conseqüentemente,

⁶ Ver, neste livro, “As modalidades da mídia”.

a modalidade espaçotemporal consiste em um traço de mídia comparável à temporalidade, à imobilidade ou à espacialidade.

Certamente esses tipos de traços não são desconhecidos dos pesquisadores da comunicação. Hall (1980), por exemplo, discutiu os dois canais sensoriais da televisão; David K. Berlo (1960) destacou todos os cinco sentidos externos; e Schramm mencionou, pelo menos brevemente, que “uma mensagem tem dimensões no tempo ou no espaço” (1971, p. 32). No entanto, o conhecimento acurado das condições de mediação requer atenção sistemática a todas as três modalidades pré-semióticas. É claro que o valor cognitivo de qualquer tipo não pode ser livremente midiado por qualquer tipo de traço material, sensorial ou espaçotemporal. Por exemplo – valendo-se de algumas demonstrações superficiais –, conceitos complexos não podem ser transferidos através do sentido do olfato, e é mais difícil transferir de forma eficaz séries detalhadas de eventos visuais através de um produto de mídia estático do que através de um produto de mídia temporal.

A quarta modalidade é a semiótica, que abrange os traços das mídias relativos à representação em vez da mediação. Ao passo que as características semióticas de um produto de mídia são menos palpáveis do que as pré-semióticas, e são, na verdade, inteiramente derivadas delas, elas são igualmente essenciais para realizar a comunicação. As configurações de um produto de mídia midiadas sensorialmente não transferem qualquer valor cognitivo até que a mente do perceptor as compreenda como signos. Em outras palavras: os dados sensoriais percebidos não têm significado até que sejam compreendidos como representando algo através de uma interpretação inconsciente ou consciente. Isso quer dizer que todos os objetos e fenômenos que atuam como produtos de mídia têm traços semióticos por definição. De longe, o esforço mais bem-sucedido para definir as formas básicas para criar significado em termos de signos é a tricotomia fundamental de Charles Sanders Peirce: ícone, índice e símbolo.

Em suma, Peirce sustentou que os signos (muitas vezes chamados de *representamens*) representam objetos – uma relação que resulta em interpretantes na mente do perceptor (1932, 228 [c.1897]). Esse é um

processo mental, embora tanto os representamens quanto os objetos possam ser (ou estar ligados a) elementos ou fenômenos externos. No entanto, o interpretante está sempre na mente. Meu conceito de valor cognitivo corresponde à noção de interpretante de Peirce.

Conseqüentemente, o produto de mídia pode ser entendido como um conjunto de representamens que, devido às suas qualidades (traços materiais, sensoriais e espaçotemporais), representam certos objetos (que estão disponíveis para o perceptor), criando, assim, interpretantes (valor cognitivo) na mente do perceptor. Os três tipos básicos de signos de Peirce são definidos com base na relação representamen–objeto e podem ser entendidos como habilidades cognitivas fundamentais. Ícones representam seus objetos com base na similaridade; índices fazem-no com base na contigüidade; e símbolos dependem de hábitos ou convenções (1932, 247-249 [c.1903])⁷. Tomo iconicidade, indicialidade e simbolicidade como os principais traços da mídia dentro da modalidade semiótica, o que quer dizer que nenhuma comunicação ocorre a menos que o valor cognitivo seja criado através de, pelo menos, um dos três tipos de signo (ícone, índice e símbolos).

Mais uma vez, a semiótica não é, certamente, desconhecida na pesquisa de comunicação. Dentre os estudiosos citados neste artigo, Schramm claramente refere-se a algumas características semióticas básicas. Por exemplo, ele observou com precisão que “é tão significativo dizer que B [o receptor] age sobre os signos [a mensagem], quanto eles agem sobre B” (1971, p. 22). É por isso que a seta entre “m” e “B” no modelo de Schramm aponta em ambas as direções. Na verdade, a mente do perceptor é muito ativa na interpretação dos signos do produto de mídia. Além disso, Hall falou em termos de semiótica, embora com um viés linguístico distinto, já criticado por mim. No seu conjunto, julgo que as abordagens semióticas para a comunicação baseadas na tradição de Ferdinand de Saussure, as quais minimizam o papel da *iconicidade e da*

⁷ Ver, neste livro, “Representação material e mental”, onde os três tipos básicos de signos de Peirce são discutidos.

indicialidade, têm sido prejudiciais para o desenvolvimento de uma teoria que também abarque a comunicação não verbal. A abordagem semiótica de Peirce é muito mais frutífera, uma vez que incorpora tipos de signos que funcionam fora do domínio linguístico.

Além disso, minha ênfase aqui é na noção de que uma perspectiva semiótica deve ser combinada com uma perspectiva pré-semiótica. A comunicação é dependente tanto das modalidades pré-semióticas quanto da modalidade semiótica das mídias. O que tomamos para representar os objetos suscitados pelos representamens ou signos (objetos como pessoas, coisas, eventos, ações, sentimentos, ideias, desejos, condições e narrativas), são resultado tanto das características básicas dos produtos de mídia como tal (os traços material, sensorial e espaçotemporal mediados) quanto da atividade cognitiva (resultando em representação). Ao passo que a significação, em última instância, resulta do trabalho da mente, no caso da comunicação esse trabalho depende fundamentalmente do aspecto físico do produto de mídia – apesar de algumas representações estarem claramente mais intimamente ligadas à aparência da mídia, enquanto outras são um resultado da interpretação, e, portanto, do contexto da mente perceptora.

Tal como acontece com os pré-semióticos, os traços semióticos de um produto de mídia oferecem algumas possibilidades e estabelecem algumas restrições. Obviamente, um valor cognitivo de qualquer tipo não pode ser criado livremente com base em qualquer tipo de signo. Por exemplo, os signos icônicos da música podem representar sentimentos complexos e estruturas de movimento que são, em grande parte, inacessíveis para os signos simbólicos do texto escrito. Por outro lado, signos simbólicos escritos podem representar argumentos e o aspecto de objetos visuais com precisão muito maior em comparação com ícones auditivos. Exemplos flagrantes como esses são apenas a ponta do iceberg em termos das (in)capacidades dos signos baseados, respectivamente, na semelhança, na contiguidade e nos hábitos ou nas convenções. Portanto, a transferência comunicativa de valor cognitivo através de um produto de mídia é possível – mas também fundamentalmente limitada – pelos traços semióticos das mídias.

De acordo com essa proposta, é apropriado trazer a noção de ruído de volta à discussão. A ideia de Shannon de que perturbações nos signos da comunicação podem ser conceituadas como ruído foi apropriada por muitos pesquisadores envolvidos na comunicação de significado. O fenômeno básico das interrupções que ocorrem no caminho entre a mente do produtor e a do perceptor é claramente relevante para a transferência de valor cognitivo. Schramm, por exemplo, observou que o ruído é “qualquer coisa no canal que não tenha sido colocado pelo comunicador” (1955, p. 138). Por exemplo, a fala pode ser perturbada por outros sons e um filme pode ser interrompido por causa da deterioração do material ou da censura. O ruído, em tal sentido, ocorre tanto no ato de produção quanto no de percepção. No meu modelo visual de comunicação (Figura 5), o ruído é apresentado como interrupções na seta que representa a transferência de valor cognitivo - tanto antes quanto depois da transferência através do produto de mídia -, refletindo as condições insatisfatórias de produção e percepção.

O problema com a noção de ruído quando aplicada à comunicação de significado é que ela poderia sugerir que a absoluta ausência de ruído ocasionaria uma transferência completa de valor cognitivo – como no caso da transmissão técnica de dados quantificáveis – o que claramente não é o caso. A noção tecnológica de ruído simplesmente não é suficiente para compreender a comunicação de valor cognitivo. Segundo Hall, “distorções” ou “mal-entendidos” são também decorrentes, dentre outras coisas, da “assimetria entre os códigos da ‘fonte’ e do ‘receptor’ no momento da transformação para dentro e para fora da forma discursiva” (1980, p. 131).

Esse é definitivamente um passo na direção certa em termos de oferecer uma noção mais complexa de possíveis interrupções na comunicação de valor cognitivo. Contudo, ele não fornece uma visão mais completa de fatores que limitam a transferência de valor cognitivo. Também deve ser enfatizado que os criadores de produtos de mídia geralmente não têm acesso ou não dominam mais do que alguns tipos de suporte. Consequentemente, eles muitas vezes não podem, talvez, dar forma a produtos de mídia capazes de criar um valor cognitivo na mente do perceptor que seja semelhante ao criado em sua própria

mente. Por isso, defendo que talvez os mais importantes fatores restritivos da comunicação se encontrem nos traços pré-semióticos e semióticos básicos dos produtos de mídia.

Muitos fatores extremamente complexos estão claramente envolvidos quando a mente do perceptor forma valor cognitivo. O modelo que proponho destaca um conjunto de fatores cruciais em especial: produtos de mídia têm traços materiais, sensoriais, espaçotemporais e até mesmo semióticos em parte semelhantes e em parte desiguais, e a combinação de traços, em grande medida, – embora, com certeza, não completamente – determina que tipos de valor cognitivo podem ser transferidos da mente do produtor para a do perceptor. Canções, e-mails, fotografias, gestos, filmes e anúncios diferem de várias maneiras no que diz respeito a seus traços pré-semióticos e semióticos, e, portanto, só podem transferir o mesmo tipo de valor cognitivo de forma limitada. No meu diagrama (Figura 5), esta restrição comunicativa é mostrada como interrupções na seta que representa a transferência de valor cognitivo, uma vez que passa através do produto de mídia.

Possíveis expansões do modelo

Muitos aspectos importantes da comunicação podem e devem ser adicionados ao meu modelo, que esboça apenas as menores e mais escassas entidades de comunicação possíveis e suas inter-relações essenciais. Embora eu acredite que o modelo seja não redutível, ele é certamente expansível. Abaixo, vou comentar brevemente sobre alguns dos desenvolvimentos possíveis mais prementes.

A formação das mentes do produtor e do perceptor

O aspecto mais importante ainda não abordado devidamente é a questão de como as mentes do produtor e do perceptor são formadas ou constituídas pelos fatores que as cercam. Além de sua capacidade inata básica para perceber e interpretar qualidades midiadas, a mente está propensa a

formar valor cognitivo com base em conhecimentos, experiências, crenças, expectativas, preferências e valores – pré-concepções moldadas, em grande parte, pela cultura, sociedade, geografia e história. É claro que esse conceito é imensamente importante para o resultado da comunicação. A mente do perceptor age sobre o produto de mídia percebido com base tanto nas suas capacidades cognitivas interligadas quanto nas suas predisposições atingidas. Evidentemente, o valor cognitivo que foi armazenado na mente antes de o produto de mídia ser percebido tem um efeito significativo – em diversos graus – no novo valor cognitivo formado pela comunicação.

Como este é um fato amplamente reconhecido, que foi extensivamente teorizado de várias maneiras, coloco-o entre parênteses no meu esboço de novo modelo. Outros, como Jakobson e Hall, dão mais atenção a ele. Jakobson discute-o em termos de “um contexto [que é] compreensível para o destinatário, e seja verbal ou suscetível de ser verbalizado” (1960, p. 353). O contexto é, sem dúvida, importante para todos os tipos de comunicação, embora eu ache que é um erro – mesmo para um foco restrito sobre a comunicação verbal – dizer que o contexto deve ser verbalizável para ser relevante. Hall enfatizou claramente as “relações sociais do processo de comunicação como um todo” e as “estruturas de conhecimento” (1980, pp. 129-130), e discutiu-as em detalhe. Essas e outras questões centrais para a formação de significado em um contexto amplo foram minuciosamente estudadas na área de pesquisa da hermenêutica.

A mente do perceptor torna-se a mente do produtor

Outra maneira de desenvolver o modelo é destacar o fato de que, em situações comunicativas reais, a mente do perceptor é, muitas vezes, também a mente de um produtor. Com base no valor cognitivo gerado por um produto de mídia inicial, o perceptor torna-se um produtor, ao criar um outro produto de mídia (do mesmo ou de outro tipo) que atinge a mente de outro perceptor, formando assim novo valor cognitivo que é mais ou menos semelhante ao da mente do produtor anterior. Assim, uma cadeia de comunicação é formada.

A mente do perceptor torna-se a mente do produtor e a mente do produtor torna-se a mente do perceptor

Quando a cadeia comunicativa envolve apenas o produtor inicial, e o perceptor muda constantemente de papel, formando novos produtos de mídia (do mesmo ou de outro tipo), temos uma comunicação de mão dupla. A criação de novos produtos de mídia na comunicação de duas vias é muitas vezes conceituada como retorno, o que pode resultar na criação de valor cognitivo que seja bastante constante ou significativamente desenvolvido.

A mente do produtor e/ou do perceptor são, na realidade, várias mentes

Além disso, acontece muitas vezes de os produtos de mídia serem produzidos e/ou percebidos em várias mentes. Por exemplo, um filme é normalmente tanto produzido quanto percebido por mais de uma mente. Uma plenária é produzida por uma mente, mas percebida por muitas. Uma peça de teatro fracassada pode ser produzida por muitas mentes, mas percebida (da posição certa) por apenas uma.

A mente do produtor e do perceptor são uma e a mesma

Finalmente, pode ser o caso de o perceptor compreender seu próprio produto de mídia. Não diria que o pensamento puro é comunicação (como sugerido por BERLO, 1960, p. 31), mas a percepção do próprio produto de mídia criado anteriormente pode significar que a mente tenta interpretar o valor cognitivo com base no produto de mídia, e não na memória do que se tinha em mente no momento da produção. Nesse caso, uma transferência de valor cognitivo de fato ocorre através de um produto de mídia de uma mente a outra, no sentido em que a mente, quando percebe o produto de mídia, está em um estado diferente, em comparação àquele durante a produção. O esforço de escrever um texto acadêmico é um bom exemplo desse tipo de comunicação

interna: às vezes, infelizmente, a comunicação falha quando não se pode compreender as próprias palavras escritas no dia anterior.

Conclusões

O modelo não redutível de comunicação apresentado neste artigo, com suas entidades claramente definidas e as relações entre elas, tem várias vantagens. Ele evita a generalizada, mas notoriamente indefinida, noção de mensagem que geralmente confunde os elementos comunicativos. Como um modelo da transferência de valor cognitivo de uma mente para outra através de um produto de mídia, ele permite uma identificação acurada das mentes e corpos dos comunicadores em partes separadas do modelo. Suas características também tornam possível incorporar o modelo de transmissão de dados quantificáveis de Shannon como uma parte possível do ato de produção, em vez de usá-lo como uma analogia vaga para a comunicação humana. Além disso, ao evitar a noção estreita de código como uma fórmula coletiva para a criação de significado, ele tem a capacidade de lidar com todos os tipos de valor cognitivo, não só verbal.

O cerne do modelo proposto consiste no produto de mídia. Apesar de a verdadeira complexidade dessa entidade intermediária ter sido apenas sugerida, alguns esclarecimentos rudimentares mostraram o caminho. A fim de compreender os modos de existência dos produtos de mídia, deve ser feita uma distinção entre estes e as mídias técnicas de distribuição – as mídias técnicas sendo as condições necessárias para tornar os produtos de mídia discerníveis. Produtos de mídia são sempre materiais, embora tenham capacidade para causar um certo impacto mental; em outras palavras, têm tanto qualidades pré-semióticas quanto semióticas. Uma concepção metódica e ascendente dos traços material, sensorial e espaçotemporal dos traços de mídia abre caminho para evitar dicotomias grosseiras e enganosas, como “texto” versus “imagem” ou “verbal” versus “visual”. Em vez disso, semelhanças e diferenças básicas da mídia podem ser analisadas de uma forma mais acurada, o que torna possível discernir

de maneira mais precisa os obstáculos da transferência de valor cognitivo entre mentes – que vai muito além do fenômeno mais trivial de ruído.

Finalmente, o modelo de comunicação centralizado na mídia é concebido de tal maneira que se torna compatível com as características de comunicação que podem ser adicionadas às entidades irreduzíveis e a suas inter-relações. Ele também pode ser desenvolvido para explicar a comunicação serial e a comunicação entre mais de duas mentes, incorporando, assim, todos os tipos concebíveis de comunicação humana.

Referências

BERLO, David Kenneth. *The process of communication: An introduction to theory and practice*. New York: Holt, Rinehart and Winston, 1960.

BOLCHINI, Davide; LU, Amy S. Channel. In: COBLEY, Paul (Ed.); SCHULZ, Peter J. (Eds.). *Theories and models of communication*. Berlin and Boston: De Gruyter, 2013, p. 397-410.

CROWLEY, David. Mediation theory. In: COBLEY, Paul (Ed.); SCHULZ, Peter J. (Eds.). *Theories and models of communication*. Berlin and Boston: De Gruyter, 2013, p. 309-325.

ELLESTRÖM, Lars. *Media transformation: The transfer of media characteristics among media*. Basingstoke: Palgrave Macmillan, 2014.

HALL, Stuart. Encoding/decoding. In: HALL, Stuart. *Culture, media, language: Working papers in cultural studies, 1972–79*. Londres: Hutchinson, 1980, p. 128-138.

INNIS, Harold. A. *Empire and communications*. Oxford: Oxford University Press, 1950.

JAKOBSON, Roman. Closing statement: Linguistics and poetics. In: SEBEOK, Thomas (Ed.). *Style in language*. New York: Wiley, 1960, p. 350-377.

LANIGAN, Richard L. Information theories. In: COBLEY, Paul (Ed.); SCHULZ, Peter J. (Eds.). *Theories and models of communication*. Berlin and Boston: De Gruyter, 2013, p. 59-83.

PEIRCE, Charles Sanders. *Collected papers of Charles Sanders Peirce, Volume II*. Edição de Charles Hartshorne e Paul Weiss. Cambridge, MA: Harvard University Press, 1932.

SCHRAMM, Wilbur. Information theory and mass communication. *Journalism Quarterly*, v. 32, 1955, p. 131-146.

_____. The nature of communication between humans. In: SCHRAMM, Wilbur (Ed.); ROBERTS, Donald F. (Ed.). *The process and effects of mass communication*. Ed. Revisada, Urbana: University of Illinois Press, 1971, p. 3-53.

SHANNON, Claude E. A mathematical theory of communication. *The Bell System Technical Journal*, v. 27, 1948, p. 379-423, 623-656.

WEAVER, Warren. Recent contributions to the mathematical theory of communication. In: SHANNON, Claude E.; WEAVER, Warren. *The Mathematical Theory of Communication*. Urbana and Chicago: University of Illinois Press, 1998 [1949], p. 1-28.

WOLF, Werner. *The musicalization of fiction: A study in the theory and history of intermediality*. Amsterdam e Atlanta, GA: Rodopi, 1999.

AS MODALIDADES DAS MÍDIAS: UM MODELO PARA A COMPREENSÃO DAS RELAÇÕES INTERMIDIÁTICAS¹

The Modalities of Media: A Model for Understanding Intermedial Relations

TRADUÇÃO DE GLÓRIA MARIA GUINÉ DE MELLO

QUAL É O PROBLEMA?

Há séculos os estudiosos debatem as relações entre as artes. Atualmente, na era das mídias eletrônicas e digitais, o foco das discussões mudou, de certa forma, para as relações entre as diversas artes e as mídias. Um passo importante nesse sentido foi reconhecer, por completo, a materialidade das artes: como as outras mídias, elas dependem de substâncias midiadoras. Por este motivo, não faz sentido isolar as artes como algo etéreo. É preciso vê-las como formas de mídia esteticamente desenvolvidas. Ainda assim, a maioria das questões discutidas dentro do paradigma interartes também é muito relevante para os estudos intermidiáticos. Um *locus* clássico do debate interartes diz respeito à relação entre as artes do tempo (música, literatura, cinema) e as do espaço (as artes visuais). Gotthold Ephraim Lessing, no século XVIII, afirmou em seu famoso *Laocoonte* que há, ou deveria haver, diferenças claras entre a poesia e a pintura², mas, atual-

¹ Publicado em inglês em *Media Borders, Multimodality and Intermediality*, ed. Lars Elleström, Basingstoke: Palgrave Macmillan, 2010.

² LESSING, Gotthold Ephraim. *Laokoön: An Essay on the Limits of Painting and Poetry*. Tradução, introdução e notas de Edward Allen McCormick. Baltimore MD e London: Johns Hopkins University

mente, há uma tendência contrária de desconstruir as dessemelhanças entre várias artes e mídias. W. J. T. Mitchell talvez seja o mais influente crítico contemporâneo das tentativas de encontrar fronteiras claras entre as artes e as mídias. Nesse sentido, estabeleceram-se muitas distinções importantes que foram, depois, erradicadas com sucesso; construiu-se muita taxonomia que foi demolida, e esse processo levou a inúmeros *insights* valiosos. Isso não é suficiente? Qual é o problema?

O problema é que existe uma tendência a se discutir a intermedialidade sem se esclarecer o que é, realmente, uma mídia. Sem uma compreensão mais precisa do que seja uma *mídia*, não é possível esperar que se entenda o que é *intermedialidade*. Não é apenas um problema terminológico. Pelo contrário, a compreensão do que é uma mídia e do que consistem, de fato, as relações intermidiáticas tem acarretado implicações vitais para toda e qualquer pesquisa dentro dos antigos e dos novos campos de estudo relacionados às artes e às mídias: ecfrase, cinema, ilustração, poesia visual, remídiação, adaptação, multimídia e assim por diante. Considero tão insatisfatório continuar a falar sobre “escrita”, “cinema”, “performance”, “música” e “televisão” como se fossem pessoas diferentes que podem se casar e se divorciar³, quanto buscar refúgio

Press, 1984. Lessing afirma que o poeta pode tratar “dois tipos de seres e de ações, visíveis e invisíveis”, ao passo que na pintura “tudo é visível” (p. 66, 76). Certamente é questionável propor que a pintura não possa lidar com o “invisível”, mas o que é, de longe, o mais importante para Lessing é ser normativo ao invés de descritivo: o **bom** poeta não deve lidar com o visível, a menos que esteja inscrito no tempo sob a forma de **ação**, ao passo que o **bom** pintor não deve lidar, de forma alguma, com a ação, apenas com **objetos** visíveis que não estejam inscritos no tempo. Na verdade, uma vez ele afirma que “os signos que existem no espaço podem expressar apenas objetos cujo todo ou partes coexistam, ao passo que os signos que se apresentam em sequência podem expressar apenas objetos cujo todo ou parte sejam consecutivos”, o que parece muito bem definido, mas sua conclusão lida com os “sujeitos verdadeiros” da poesia e da pintura (p. 78) e, no restante do ensaio, ele se refere constantemente a exemplos de poesia que descreve objetos estáticos o que é, evidentemente, possível mas, de acordo com Lessing, não recomendável (p. 85). Uma filósofa como Susanne K. Langer é muito mais consistente quando se trata de estabelecer fronteiras consistentes entre as artes. Ver LANGER, Susanne K. *Deceptive Analogies: Specious and Real Relationships among the Arts*. In: LANGER, Susanne K. *Problems of Art: Ten Philosophical Lectures*. New York: Charles Scribner's Sons, 1957, p. 75-89.

³ Cf., por exemplo, a recente taxonomia de relações intra-, inter-, trans- and multimidiáticas de Jörg Helbig em HELBIG, Jörg. *Intermedialität - eine spezifische Form des Medienkontakts oder globaler Oberbegriff? Neue Überlegungen zur Systematik intersemiotischer Beziehungen*. In: MÜLLER, Jürgen E. (Ed.). *Media Encounters and Media Theories*. Münster: Nodus Publikationen,

na crença de que todas as mídias são sempre fundamentalmente misturadas de forma hermafrodita. O ponto crucial do “inter” em intermedialidade é uma ponte, mas sobre o quê? Se todas as mídias fossem intrinsecamente diferentes, seria difícil encontrar quaisquer inter-relações; se fossem intrinsecamente semelhantes, da mesma forma seria difícil encontrar algo que já não fosse inter-relacionado. As mídias são, entretanto, diferentes e semelhantes, e a intermedialidade deve ser compreendida como uma ponte entre diferenças midiáticas cujas bases são semelhanças midiáticas.

O objetivo principal deste ensaio é apresentar um modelo teórico que explique e descreva como as mídias se relacionam: o que têm em comum, em que diferem, e como a intermedialidade cria uma ponte entre essas diferenças. Para que tal objetivo seja atingido, deve-se compreender que o conceito de mídia geralmente inclui vários tipos ou níveis de midialidade que precisam ser correlacionados. Evidentemente, “mídia” é um termo empregado de forma ampla, e seria inútil tentar encontrar uma definição direta que abrangesse todas as noções que se encontram por trás dos diferentes usos da palavra. Noções dessemelhantes de mídia e de midialidade são utilizadas em campos diferentes de pesquisa, e não há motivo para interferência nesse sentido uma vez que elas atendem as suas tarefas específicas. Ao invés disso, delimitarei um conceito aplicável à questão da intermedialidade. Uma vez que esta será compreendida como condição geral para se entender mecanismos, eventos e artefatos comunicativos e estéticos e não como uma exceção periférica à midialidade “comum”, esse conceito deve, na realidade, incluir a maioria das noções de mídia que circulam no meio acadêmico. Portanto, não vou apresentar uma definição de “mídia” em duas linhas. Considero tais definições contra-producentes em caso de conceitos complexos, e qualquer definição curta de

2008. Funciona muito bem como um modelo bastante simples e é representativo da tradição interartes em que as mídias são consideradas como entidades mais ou menos separadas. Entretanto, seu valor é muito reduzido por causa da ideia de que as mídias podem ser compreendidas como “sistemas distintos de signos” (p. 83) com “fronteiras midiáticas” fixas (p. 79), sendo que cada mídia possui sua “superfície midiática” (p. 85). Cf. também a discussão crítica sobre maneiras “topográficas” de definir e delimitar as mídias de Axel Englund em ELLESTRÖM, Lars (Ed.). *Media Borders, Multimodality and Intermediality*. Basingstoke: Palgrave Macmillan, 2010.

mídia poderá apenas captar fragmentos de toda a rede conceitual. Tentarei, então, criar um modelo que preserve o termo mídia e, ainda assim, qualifique seu uso em relação aos diferentes aspectos da rede conceitual de midialidade. Portanto, como termo, “mídia” deve ser dividido em subcategorias que possam abranger os inúmeros aspectos inter-relacionados do conceito multifacetado de mídia e midialidade. Ao longo de minha argumentação farei a distinção entre “mídias básicas”, “mídias qualificadas” e “mídias técnicas”. Mídias básicas e mídias qualificadas são categorias abstratas que nos ajudam a entender como os tipos de mídia são formados por qualidades muito diferentes, ao passo que mídias técnicas são recursos muito tangíveis necessários à materialização de instâncias de tipos de mídias. Consequentemente, quando se fala de uma mídia sem qualquer especificação, o termo pode se referir tanto a uma categoria de mídia quanto a uma realização específica.

Torna-se importante dizer que as mídias qualificadas, básicas e técnicas não são três tipos separados de mídia. Ao contrário, são três aspectos teóricos complementares do que constitui as mídias e a midialidade. O conceito amplo de mídia que será apresentado aqui compreende, portanto, diversas noções intimamente relacionadas, porém divergentes, cuja distinção será feita sob o ponto de vista terminológico. Acredito que a intermidialidade não pode ser completamente compreendida sem que se percebam as condições fundamentais de cada mídia, e que essas condições constituem uma rede complexa tanto de qualidades tangíveis das mídias quanto de várias operações perceptivas e interpretativas executadas por seus receptores. Para os fins a que me proponho, definições de mídias que tratem apenas dos aspectos físicos da midialidade são muito limitadas, como o são as definições que superenfatizam a construção social das concepções das mídias. Nesse sentido, enfatizarei o *encontro* crítico do material, do perceptivo e do social. As mídias de produção e as de armazenamento não são muito relevantes para a discussão que será desenvolvida aqui e, apesar de reconhecer a relevância do aspecto comunicativo em seu sentido mais amplo, não pretendo discutir a intermidialidade no âmbito dos modelos de comunicação. Quero tratar a midialidade sob um ponto de vista hermenêutico.

Agrupo a maior parte das condições de produção de mídias e focalizo sua percepção, concepção e interpretação como interfaces materiais situadas em circunstâncias sociais, históricas, comunicativas e estéticas.

O material de minha estrutura teórica consiste de noções de modalidade e de modo (*mode*). As raízes históricas dos estudos de intermedialidade se encontram na estética, na filosofia, na semiótica, na literatura comparada, nos estudos de mídia e, é claro, nos estudos interartes⁴. Ao longo das últimas décadas, entretanto, a noção de *multimodalidade* também avançou, enquanto as raízes dessa nova planta se nutriram em solos diferentes: semiótica social, educação, medicina e estudos de língua(gem) e comunicação. Raramente se encontram referências cruzadas entre esses dois campos dos estudos intermediais e multimodais, e as noções de intermedialidade e de multimodalidade raramente são, para nossa surpresa, relacionadas uma com a outra⁵. Além disso, em recentes

⁴ Ver a revisão muito abrangente do desenvolvimento do campo de pesquisa dos estudos intermediais em CLÜVER, Claus. "Intermedialidade e Estudos Interartes". In: NITRINI, Sandra; PEREIRA, et al. (org.). *Literatura, artes, saberes*. São Paulo, SP: Editora Hucitec, 2008. p. 209 – 232 e ainda em CLÜVER, Claus. "Inter textus/ Inter artes/ Inter media". In: *Revista Aletria*. Belo Horizonte. Programa de Pós-Graduação em Letras - Estudos Literários. v. 6, p. 1-32, jul.- dez, 2006. p. 11 – 41. Também é valiosa a revisão de Irina Rajewsky sob o ponto de vista da literatura comparada e dos estudos sobre as mídias: RAJEWSKY, Irina O. *Intermedialität und remediation: Überlegungen zu einigen Problemfeldern der jüngeren Intermedialitätsforschung*. In: PAECH, Joachim (Ed.); SCHRÖTER, Jens. (Ed.). *Intermedialität Analog/Digital: Theorien - Methoden - Analysen*. Munich: Wilhelm Fink, 2008, p. 47-60. Muitos dos estudos sobre "intermedialidade" de fato consideram tanto os frameworks teóricos quanto os objetos de pesquisa, na verdade estudos de "interartialidade", por exemplo EICHER, Thomas (Ed.); BLECKMANN, Ulf (Ed.). *Intermedialität: Vom Bild zum Text*. Bielefeld: Aisthesis Verlag, 1994 e WOLF, Werner. *The Musicalization of Fiction: A Study in the Theory and History of Intermediality*. Amsterdã e Atlanta, GA: Rodopi, 1999.

⁵ Entretanto, Mikko Lehtonen, argumentando eloquentemente a favor da introdução da perspectiva da intermedialidade nos estudos culturais, publicou um ensaio em uma revista de estudos de mídias e de comunicação em que as noções de multimodalidade e intermedialidade são combinadas: LEHTONEN, Mikko. On No Man's Land: Theses on Internneciality, *Nordicom Review*, v. 22, 2001, p. 71-83. Lehtonen não conhece a tradição de pesquisa sobre intermedialidade de Clüver, portanto ele mais ou menos teve que inventar o tópico. Apesar de ele utilizar essas noções de forma diferente da que proponho neste ensaio, a relação entre multimodalidade e intermedialidade é descrita com precisão: "a multimodalidade sempre caracteriza uma mídia de cada vez e a intermedialidade, novamente, trata das relações entre mídias multimodais" (p. 75). Lehtonen não é o único a ter reinventado a intermedialidade. Ver, por exemplo, SEMALI, Ladislav M. (Ed.); PAILLIOTET, Ann W. (Ed.). *Intermediality: The Teachers' Handbook of Critical Media Literacy*. Boulder CO and Oxford: Westview Press, 1999, em que discute ensino de mídias em termos de intermedialidade sem ter conhecimento da pesquisa existente nos campos da intermedialidade e da multimodalidade.

e respeitados textos, falta muito para esclarecer como se relacionam o “intermediático”, o “multimodal”, o “intermodal” e o “multimidiático”⁶. Já que considero desperdício de energia intelectual desenvolver separadamente esses dois campos de pesquisa tão próximos, é questão de prioridade elucidar o que diz respeito a conceitos centrais e à terminologia básica.

O que é uma mídia?

Mídia significa “meio”, “intervalo”, “entre-espaço”, e assim por diante. A definição padrão encontrada nos dicionários enfatiza que uma mídia é um canal para a mediação de informações e entretenimento. A arte poderia ser vista como uma mistura complexa de informação e entretenimento (o *utile dulci* de Horácio), de forma a ser completamente possível incluir as formas artísticas entre outras mídias. Entretanto, como é do nosso conhecimento, o termo “mídia” é utilizado de muitas maneiras relacionadas, porém diferentes, sendo também aplicado em contextos irrelevantes para este trabalho. Segundo as ideias marcantes de Marshall McLuhan, as mídias são as “extensões do homem”, e ele argumenta, de forma sugestiva, que não só a palavra falada, a fotografia, os quadrinhos, a máquina de escrever e a televisão são mídias, mas também o são o dinheiro, a roda e o machado⁷. Dentro da estrutura da teoria sociológica de McLuhan, essa noção funciona muito bem, mas para avançar de “mídia” para “intermedialidade” maior precisão se faz necessária.

⁶ Ver MOSER, Sibylle. Iconicity in Multimedia Performance: Laurie Anderson's White Lily. In: TABAKOWSKA, Elzbieta (Ed.); LJUNGBERG, Christina (Ed.); FISCHER, Olga (Ed.). *Insistent Images. Iconicity in Language and Literature*, v. 5, Amsterdam: John Benjamins, 2007, p. 323. Em outro ensaio, MOSER, Sibylle. Media Modes of Poetic Reception: Reading Lyrics Versus Listening to Songs, *Poetics*, v. 35, 2007, p. 277-300, a autora utiliza os termos “modalidade” e “modo” de forma bastante abrangente mas não sistemática: “modalidades de linguagem poética (material impresso/canção) e modo correspondentes de recepção (ler/ouvir), (p. 277); “as canções são um modo multisensorial de comunicação linguística” (p. 278); “as letras ocorrem em modalidades diferentes de mídias, a saber oral [...] impressa [...] e audiovisual” (p. 278) e assim por diante. Afirma-se que a “prática intermediária” de canções populares coloca em cena e incorpora “a troca e a integração dos modos oral, literário e audiovisual da comunicação linguística” (p. 283).

⁷ MCLUHAN, Marshall. *Understanding Media: The Extensions of Man*. Introdução de Lewis H. Lapham. Cambridge MA e Londres: MIT Press, 1994, p. 24.

O termo “modalidade” está relacionado a “modo” e esses termos também são amplamente utilizados em áreas diferentes. Um “modo” é uma forma de ser ou de fazer as coisas. No contexto dos estudos de mídia e da linguística, “multimodalidade” às vezes se refere à combinação de, por exemplo, texto, imagem e som e, outras vezes, à combinação dos sentidos: a audição, a visão, o tato, etc.⁸. No trabalho de Gunther Kress e Theo van Leeuwen, um modo é compreendido como qualquer recurso semiótico, em sentido bem amplo, que produza significado em um contexto social: verbal, visual, de linguagem, musical, sonoro, gestual, narrativo, de cor, de sabor, de fala, de tato, plástico e assim por diante. Essa abordagem da multimodalidade possui suas vantagens pragmáticas, mas produz um conjunto bastante indistinto de modos muito difíceis de comparar, já que se sobrepõem de muitas maneiras que ainda carecem de uma discussão teórica aprofundada⁹.

Não é de admirar, então, que os discursos sobre as mídias e as modalidades tendam a ser separados ou misturados. Por que nos preocuparmos em combinar ou manter separadas noções que parecem nebulosas de maneiras bem semelhantes? Uma mídia é um canal, poder-se-ia dizer, e é claro que há muitas mídias, isto é, modos de mediar informação e entretenimento.

⁸ Cf. GRANSTROM, Björn (Ed.); HOUSE, David (Ed.); KARLSSON, Inger (Ed.). *Multimodality in Language and Speech Systems*. Dordrecht, Boston MA e Londres: Kluwer Academic Publishers, 2002. Na “Introdução”, feita pelos editores, estes afirmam que a multimodalidade é, em essência, “a utilização de dois ou mais dos cinco sentidos para a troca de informação” (p. 1). Entretanto, em vários ensaios do mesmo volume, as modalidades também compreendidas como gesto, fala, escrita e assim por diante. Em um deles, BERNSEN, Niels O. *Multimodality in Language and Speech Systems: From Theory to Design Support Tool*. 2002, uma mídia é circunscrita como “a realização física de alguma apresentação de informação na interface entre o humano e o sistema” significando, na verdade que as mídias são definidas pelas “modalidades sensoriais” (p. 94).

⁹ KRESS, Gunther; VAN LEEUWEN, Theo. *Multimodal Discourse: The Modes and Media of Contemporary Communication*. Londres: Hodder Arnold, 2001, p. vii, 3, 20, 22, 25, 28, 67, 80; KRESS, G.; VAN LEEUWEN, T. *Reading Images: The Grammar of Visual Design*, 2 ed. Londres e New York: Routledge, 2006, p. 46, 113, 177, 214. Apesar de reivindicações de análise sistemática, uma noção fundamental de multimodalidade ainda está circunscrita, de forma bastante aleatória, por pesquisadores que seguem Kress e van Leeuwen, como BATEMAN, John A. *Multimodality and Genre: A Foundation for the Systemic Analysis of Multimodal Documents*. Basingstoke e New York: Palgrave Macmillan, 2008, que considera que modos como texto, imagem, diagrama, o visual, o espacial e o verbal contribuem para a multimodality (p. 1, 7), apesar de esses modos que se sobrepõem nunca estarem bem relacionados entre si no que tange aos aspectos semiótico, sensorial ou espaço-temporal.

Em situações comuns, esse uso da linguagem não é problemático. Mas se quisermos compreender a complexidade de cada mídia de maneira mais precisa, penso ser prudente diferenciarmos mídia/intermedialidade e modo/multimodalidade. De acordo com meu entendimento, não há nada na etimologia das palavras “mídia” e “modo” ou nos usos conceituais estabelecidos das mesmas que determine com clareza como devem ser relacionadas entre si. Portanto, considero tarefa minha fazer uma construção teórica e propor uma maneira de utilizar os termos centrais um em relação ao outro.

Tentativas anteriores de descrever as relações entre mídias diferentes e expressões artísticas via de regra se iniciam com unidades conceituais como imagem, música, texto, filme, mídias verbais ou visuais, partindo-se do pressuposto de que seja apropriado comparar essas entidades. A complexidade resultante de tais comparações costuma confundir um pouco, eu diria, por causa de duas limitações. A primeira delas é que as unidades comparadas são tratadas, com frequência, como mídias fundamentalmente diferentes, com pouco ou nada em comum. Assim, cada relação intermediária parece ser mais ou menos uma anomalia, quando se presume que as características de mídias consideradas separadas, que se supõem essencialmente diferentes, são mais ou menos transformadas, combinadas ou misturadas de forma singular. Mitchell criticou com sucesso essa maneira de pensar, apontando como os diversos traços importantes são, na verdade, compartilhados por expressões artísticas geralmente consideradas opostas. Porém o seu discurso também é paradoxal e profundamente preso à tradição de tratar as expressões artísticas como entidades separadas. Apesar de seus esforços para apagar a maior parte das diferenças entre poesia e pintura, ele antropomorfiza as duas expressões artísticas e enfatiza a “luta” entre elas, o que torna difícil apreender a natureza exata das semelhanças entre as mídias conforme concebidas por ele¹⁰. As mídias são semelhantes e diferentes, e ninguém pode com-

¹⁰ Em MITCHELL, William. J. T. *Iconology: Image, Text, Ideology*. Chicago and London: University of Chicago Press, 1986, suas dicotomias fundamentais e muito tradicionais são texto/imagem, verbal/pictorial e poesia/pintura. Isto é compreensível à luz da tradição histórica com a qual ele luta, mas

pará-las sem esclarecer que aspectos são relevantes para a comparação e exatamente como esses aspectos estão relacionados um ao outro¹¹.

O segundo problema de muitas comparações entre unidades conceituais como “dança” e “literatura” é que geralmente não se faz a distinção entre a *materialidade* e a *percepção* das mídias. Isto é compreensível porque, na prática, é impossível separá-las. Para o ser humano, nada existe fora da percepção. Contudo, é crucial discriminar teoricamente o material e a percepção do material, se quisermos entender como as mídias podem ser relacionadas umas com as outras. Devemos ser capazes de determinar até que ponto certas qualidades pertencem aos aspectos materiais de uma mídia e até que ponto fazem parte da percepção. Esta é uma questão escorregadia, sem dúvida, mas devemos reconhecer, por exemplo, que a qualidade “tempo” em um filme não é a mesma coisa que o “tempo” necessário para contemplarmos uma fotografia estática, e que podemos dizer que o “tempo” está presente de várias formas em uma só mídia. Se evitarmos tomar conhecimento dessa minúcia, ficaremos com uma massa disforme de mídias aparentemente idênticas que não podem ser comparadas de maneira adequada.

Considero, portanto, questão urgente criar um modelo que comece, digamos, no extremo oposto: não com as unidades de formas de mídias estabelecidas nem com tentativas de estabelecer distinções entre tipos es-

tais dicotomias devem ser superadas a fim de captar completamente as similaridades das mídias. Ao reforçar essas dicotomias através da figura da parágone (a “batalha” das artes) que é, obviamente, necessária para atingir a compreensão histórica de diferenças culturalmente construídas entre a poesia e a pintura (o que parece ser o objetivo mais importante de Mitchell); assim, de certa forma, ele reafirma as diferenças que simultaneamente desconstrói no nível histórico. Em BAL, Mieke. *Reading Rembrandt: Beyond the Word-Image Opposition*. Cambridge: Cambridge University Press, 1991, a autora demonstra de maneira convincente e brilhante que “palavra” e “imagem” são inter-relacionadas e integradas de maneiras complexas, mas ela continua a trabalhar com a dicotomia “verbal/visual” apesar da incomensurabilidade modal das duas noções (apesar de o verbal e o visual não deverem ser compreendidos como características especificamente midiáticas).

¹¹ Cf. a comparação detalhada e constantemente iluminadora entre literatura e música em WOLF, Werner. *The Musicalization of Fiction: A Study in the Theory and History of Intermediality*. Amsterdã: Rodopi, 1999, e a excelente comparação entre prosa e filme de ficção em JOHANSSON, Christer. *Mimetiskt syskonskap: Enrepresentationsteoretisk undersökning av relationen fiktionsprosa-fiktionsfilm* [em inglês: *Mimetic Sisterhood: A Representation Theoretical Study of the Interrelations of Prose Fiction and Fiction Film*]. Stockholm: Acta Universitatis Stockholmiensis, 2008.

pecíficos de relações entre essas mídias reconhecidas, mas com as categorias básicas de características, qualidades e aspectos de todas as mídias. Meu ponto de partida será o que chamo de *modalidades* das mídias. Elas são os fundamentos essenciais de todas as mídias, sem os quais a midialidade não pode ser compreendida e que, juntos, constroem um complexo midiático que integra a materialidade, a percepção e a cognição. Separadamente, essas modalidades constituem campos complexos de pesquisa e não estão relacionadas aos tipos estabelecidos de mídia de forma definida ou definitiva; entretanto, acredito serem indispensáveis em todas as tentativas de descrever as características de cada expressão midiática. Todas elas são bem conhecidas apesar de suas inter-relações não terem sido sistematicamente descritas. Eu as chamo de *modalidade material*, *modalidade sensorial*, *modalidade espaço-temporal* e *modalidade semiótica*, e elas se encontram em uma escala que vai do tangível ao perceptual e ao conceitual.

As mídias e as expressões artísticas são constantemente descritas e definidas com base em uma ou mais dessas modalidades¹². As categorias de

¹² Um pensador importante e pioneiro que tinha um olhar mais aguçado que a maioria foi Moses Mendelssohn. Em MENDELSSOHN, Moses. *On the Main Principles of the Fine Arts and Sciences* [Ober die Hauptgrundsätze der schönen Künste und Wissenschaften]. Tradução de Daniel O. Dahlstrom, In: DALHSTROM, Daniel O. (Ed.). *Philosophical Writings*. Cambridge: Cambridge University Press, 1997, Mendelssohn constrói uma tipologia com o auxílio de distinções como signos “naturais” versus signos “arbitrários”, “o sentido da audição” versus “o sentido da visão” e signos que são representados “em sucessão” versus “lado a lado” (p. 177-179). Essa tipologia é superficial, porém instrutiva, uma vez que Mendelssohn conclui que as fronteiras entre as artes “frequentemente se dissolvem umas nas outras” (p. 181). Nos tempos modernos, Wendy Steiner nos forneceu um dos relatos mais cheios de nuances e construtivos dos muitos problemas ligados aos aspectos espaço-temporal e semiótico da comparação interartes, em que consegue evitar a maioria dos equívocos: STEINER, Wendy. *The Colors of Rhetoric: Problems in the Relation between Modern Literature and Painting*. Chicago and London: Chicago University Press, 1982. Em MITCHELL, William J. T. *Going Too Far with the Sister Arts*. In: HEFFERNAN, James A. W. (Ed.). *Space, Time, Image, Sign: Essays on Literature and the Visual Arts*. New York: Peter Lang, 1987, o autor discute “quatro maneiras básicas de diferenciar teoricamente textos de imagens”. Três dessas maneiras são o “modo perceptivo (olho versus ouvido)”, “modo conceitual (espaço versus tempo)” e “mídia semiótica (signos naturais versus signos convencionais)”. Ele argumenta que “não há diferença essencial entre poesia e pintura, nenhuma diferença, isto é, dada pelas naturezas inerentes às mídias, pelos objetos que elas representam ou pelas leis da mente humana” (p. 2-3). Mitchell demonstra muito bem que considerações ideológicas frequentemente permeiam a maior parte da retórica relativa às diferenças entre as mídias, e que há semelhanças importantes, mas ele, na verdade, não sugere que não há diferenças. Embora seja importante não exagerar as diferenças entre as mídias, eu diria que é totalmente possível “fazer um relato teórico dessas diferenças” (p. 2), essenciais ou não, do que Mitchell sinceramente duvida.

materialidade, tempo e espaço, o visual e o auditivo, bem como os signos naturais e convencionais têm sido revistos repetidas vezes, mas tendem a ser confundidos em aspectos fundamentais. Portanto, em ensaios plenos de *insights* como *Comparative Semiotics of Art*, de Jiří Veltruský, permanece obscuro o que seja o “material” de uma expressão artística¹³. Segundo ele, os materiais podem ser divididos em “auditivos e visuais”; diz-se que o material da música são “tons” e que o material da literatura é a “língua(gem)”. Além disso, supõe-se que o material da literatura oscile “entre a materialidade e a imaterialidade”¹⁴. Essa categorização não é esclarecedora, apesar de ser razoavelmente representativa. A categoria de “material” é fundamentalmente insustentável, uma vez que inclui aspectos das artes que não podem ser tratados como iguais: tons, língua(gem) e até o imaterial. Os “tons” devem ser vistos como primordialmente relacionados à modalidade sensorial, ao passo que a “língua(gem)” deve ser compreendida em termos semióticos; entretanto, a língua(gem) também consiste, na verdade, de alguns tipos de “tons”. Não sei o que seja o material “imaterial”. Talvez o erro mais comum em comparações intermediáticas seja confundir as noções de “visual” e “icônico”: o visual tem a ver com o uso de um sentido específico, como será discutido adiante, ao passo que o icônico é semiose baseada na semelhança (que apenas algumas vezes pode ser *vista*).

Proponho, então, que façamos a distinção entre as quatro modalidades já mencionadas a fim de possibilitar uma visão mais clara de como as mídias se constituem tanto a partir das realidades físicas quanto a partir das funções cognitivas dos seres humanos. Quero enfatizar que todas as mídias, de acordo com meu entendimento do conceito, são necessariamente realizadas na forma de todas as quatro modalidades. Assim, não é suficiente considerar apenas uma ou algumas delas se quisermos compreender o caráter de determinada mídia. Nesse sentido, há uma diferença fundamental entre minha abordagem e as classificações e divisões sistemáticas das artes, frequentemente hierárquicas,

¹³ VELTRUSKÝ, Jiří. *Comparative Semiotics of Art*. In: STEINER, Wendy (Ed.) *Image and Code*. Ann Arbor: Michigan Studies in the Humanities, 1981.

¹⁴ *Ibid.*, p. 110.

mas necessariamente simplistas que foram produzidas a partir do séc. XVIII até boa parte do séc. XX¹⁵. O modelo proposto pode ser utilizado para enfatizar tanto divergências cruciais quanto paralelos fundamentais entre todos os tipos e variantes de formas midiáticas, o que proporciona solo firme para se compreender, descrever e interpretar as relações intermidiáticas mais elementares. É evidente que a complexidade das inúmeras relações intermidiáticas, que podem ter origem nas quatro modalidades, e não só da modalidade semiótica, pode apenas ser vislumbrada.

Quando falar de *modalidades* de agora em diante, isto significará as quatro categorias necessárias na área da mídia que vão do material ao mental; quando falar de *modos*, isto significará as variantes das modalidades conforme descritas a seguir. Entidades como “texto”, “música”, “gesto” ou “imagem”, não são vistas como modalidades ou modos. As modalidades são, obviamente, inter-relacionadas e dependem umas das outras de várias maneiras, mas podem, no entanto, ser separadas teoricamente de forma razoavelmente clara. Os modos, por sua vez, também se entrecruzam de muitas formas diferentes, dependendo do caráter da mídia.

Antes de discutir as quatro modalidades, deve ser feita uma distinção preliminar. Todas as mídias precisam de *mídias técnicas* para serem realizadas. Nosso conhecimento do mundo exterior é sempre limitado por nossos sentidos e depende deles, mas a menos que nos entreguemos ao solipsismo, devemos assumir que todas as mídias têm uma base material. A noção de mídia técnica será discutida e definida mais adiante, porque uma explicação bem delineada do que é uma mídia técnica requer a compreensão das quatro modalidades. Por enquanto, basta dizer que uma mídia técnica não é o mesmo que a modalidade material. Os modos da modalidade material, como os das três outras modalidades, devem ser compreendidos como propriedades *latentes* das mídias, ao passo que a mídia técnica é a mídia material *em si*, a “forma”, que realiza e manifesta as propriedades latentes das mídias, o “conteúdo”.

¹⁵ Ver o capítulo esclarecedor *Philosophical Classifications of the Arts* em MUNRO, Thomas. *The Arts and Their Interrelations*, edição revista e ampliada. Cleveland OH e Londres: Press of Case Western Reserve University, 1969, p. 157-208.

As Quatro Modalidades das Mídias

A ordem de apresentação das quatro modalidades não é arbitrária. Eu não diria que iniciar com a modalidade material, prosseguindo para a sensorial, a espaçotemporal e a semiótica seja uma abordagem “temporal” ou “hierárquica” de forma exata, mas sugiro que há um motivo para iniciar com o aspecto material, uma vez que é isso que existiria ainda que todos os seres vivos fossem extintos da superfície do nosso planeta. A modalidade sensorial é o próximo estágio, uma vez que é pré-requisito para as modalidades mais “avançadas” que são a espaçotemporal e a semiótica. Sem impressões sensoriais não pode haver concepções de tempo, espaço ou significado. A modalidade semiótica é a “última” porque podemos dizer que inclui as outras três ou, pelo menos, se baseia nelas. É, portanto, a mais complexa.

A *modalidade material* pode ser definida como a interface corpórea latente da mídia. Por exemplo, a interface material de programas de televisão e de filmes consiste (em sentido amplo dessa noção) de uma superfície mais ou menos plana com imagens em movimento combinadas com ondas sonoras. A interface da maioria dos tipos de texto escrito também consiste de uma superfície plana, mas a aparência dessa superfície não se modifica. A interface da música e do rádio-teatro consiste de ondas sonoras. O teatro convencional, por outro lado, deve ser compreendido como uma combinação de diversas interfaces: ondas sonoras, superfícies planas e não planas de caráter estático e em movimento e também da interface corpórea muito específica de corpos humanos. A interface das esculturas normalmente consiste de materialidade estendida, geralmente sólida.

As materialidades das mídias podem diferir de muitas maneiras que, é óbvio, nem sempre podem ser separadas claramente, mas penso ser adequado fazer uma distinção aproximada entre três modos da modalidade material: corpos humanos, outras materialidades de caráter demarcado como superfícies planas e objetos tridimensionais, e manifestações materiais de caráter menos claramente demarcado como ondas sonoras e tipos variados de projeções de *laser* ou de luz.

A *modalidade sensorial* são os atos físicos e mentais de perceber, através dos órgãos dos sentidos, a interface presente da mídia. As mídias não podem se realizar, isto é, mediar, a menos que sejam captadas por um ou mais dos nossos sentidos. Em geral, falamos dos cinco sentidos dos seres humanos, que podem ser aqui descritos como os cinco modos principais da modalidade sensorial: visão, audição, tato, paladar e olfato. Ainda assim, a questão é, como sempre, mais complexa. Devem-se distinguir pelo menos três níveis sensoriais. O primeiro são os *dados sensoriais* gerados pelos objetos, fenômenos e ocorrências que nunca podem ser captados isoladamente, sem um agente que os perceba e interprete. Os dados sensoriais, com frequência, mas longe de ser sempre, tendem a provocar sensações intersubjetivas. Os dados sensoriais das mídias são oriundos da interface material realizada. Nossos *receptores* constituem o segundo nível sensorial: são células que, quando estimuladas, provocam impulsos nervosos que são levados ao sistema nervoso. O terceiro nível é a *sensação*, que significa o efeito vivenciado do estímulo. Todas as nossas sensações consistem de experiências integradas da maneira como uma variedade de receptores percebe e interpreta uma série de dados sensoriais. A natureza exata dos dados sensoriais e das sensações, bem como a relação entre eles, é muito questionada, ao passo que os receptores físicos foram estudados e descritos em detalhe.¹⁶ Os *exteroceptores* registram as mudanças no ambiente externo; os *interoceptores* são sensíveis às condições internas e os *proprioceptores* nos dão informações sobre o relaxamento e a tensão das fibras musculares e dos tendões. Assim, para ser mais preciso, nossos cinco sentidos são, na verdade, os cinco órgãos dos sentidos que registram mudanças no ambiente externo: os olhos, os ouvidos, o órgão olfativo, o órgão

¹⁶ Os seres vivos possuem receptores fotossensitivos, quimiossensitivos, mecanossensitivos, eletrossensitivos e termossensitivos. Os fotorreceptores dos seres humanos encontram-se nos olhos, ao passo que outras criaturas os têm na pele. Nossos quimiorreceptores estão localizados nos órgãos do paladar e do olfato, bem como em certos vasos sanguíneos. Os mecanorreceptores que registram as mudanças de posição e pressão encontram-se nos órgãos do equilíbrio e da audição, e na pele também possuímos mecanorreceptores que registram o tato, pressão e vibrações. De forma semelhante, os eletro e termorreceptores estão localizados em várias partes do corpo.

gustativo e a pele¹⁷. Atualmente, presenciamos um interesse aumentado nos *interoceptores* e nos *proprioceptores*, mas as mídias, em sua maioria, ainda são primordialmente compreendidas como canais exteriores de informação. A visão e a audição, principalmente, que são as faculdades mais avançadas em termos cognitivos, merecem nossa atenção no contexto das mídias e das artes, mas não com exclusividade. A música e a fala são inicial e principalmente ouvidas, mas há uma clara ligação física entre a audição externa e o equilíbrio interno, que não pode ser ignorada. Uma escultura é principalmente vista, mas é impossível captá-la por inteiro sem nos movimentarmos e, a partir daí, também envolvermos os sentidos internos. Mesmo que não toquemos sua superfície, vemos e indiretamente sentimos suas qualidades táteis. A reativação das lembranças de experiências sensoriais desempenha um papel determinado na percepção das mídias. Ler um texto, por exemplo, costuma envolver a criação e a recordação de experiências visuais muito distantes da aparência das letras, bem como uma audição interna dos sons das palavras. Sensações novas são, portanto, uma rede frequentemente complexa de dados sensoriais percebidos e concebidos, combinados a sensações recuperadas.

Os dados sensoriais não podem ser captados nem concebidos como *sensação*, a menos que recebam algum tipo de forma, de *Gestalt*, no ato da percepção. A *modalidade espaçotemporal* das mídias consiste em estruturar a percepção dos dados sensoriais da interface material em experiências e concepções de espaço e de tempo. As mídias, como todos os objetos e fenômenos, recebem suas qualidades espaçotemporais multifacetadas no ato da percepção e da interpretação. Assim, o espaçotemporal não pode ser identificado com as propriedades abrangidas pela modalidade material apesar de, certamente, haver uma forte ligação entre essas duas modalidades.

¹⁷ Entretanto, estes órgãos não consistem simplesmente de cinco tipos diferentes de receptores. Tanto os órgãos olfativo quanto gustativo consistem de quimiorreceptores, e a pele consiste tanto de mecanorreceptores quanto termorreceptores. Além disso, os órgãos dos sentidos e os diferentes tipos de receptores não funcionam isoladamente. Um som forte, por exemplo, pode ser tanto ouvido quanto sentido por todo o corpo, apesar de os seres humanos não possuírem o órgão externo muito sensível dos peixes, a linha lateral, que registra todos os tipos de sons, vibrações e movimentos no meio ambiente do peixe.

Basicamente compartilho da ideia de Kant de que espaço e tempo são, *a priori*, intuições sensoriais “que devem preceder todas as intuições empíricas (isto é, a percepção dos objetos propriamente ditos)”.¹⁸ Desta forma, por causa das condições cognitivas, em algum aspecto todas as mídias, necessariamente, recebem qualidades espaciais e temporais. Além disso, os princípios da física ensinam que a relação espaçotemporal é, de fato, muito complexa: tempo e espaço interagem não só no nível da percepção, mas como fenômenos físicos que são. Entretanto, não temos de nos preocupar com isso no que diz respeito às modalidades das mídias. Nesse contexto, basta afirmar que todas as mídias possuem aspectos dos dois modos básicos de espaço e tempo que, em termos teóricos, devem ser mantidos separados em certos momentos e considerados juntos em outros. Quanto mais nos aproximamos dos *dados sensoriais*, mais o tempo e o espaço parecem passíveis de serem considerados separadamente, e mais se pode dizer que fazem parte da modalidade material. Quanto mais nos aproximamos das *sensações*, mais a distinção entre espaço e tempo perde a relevância. Essa diferença crítica frequentemente passa despercebida, o que tem levado a alguma confusão quando se discute intermedialidade.

Podemos dizer que a percepção espaçotemporal consiste de quatro dimensões: largura, altura, profundidade e tempo. A interface corpórea de uma fotografia apresenta apenas duas dimensões: altura e largura. Uma escultura possui três dimensões materiais, todas elas espaciais: largura, altura e profundidade. A dança possui quatro dimensões: largura, altura, profundidade e tempo. Toda performance de dança tem começo, duração e fim situados na dimensão do tempo, ao passo que uma fotografia, ao existir, simplesmente existe. Se alguém fechar os olhos no meio de uma performance de dança, perde alguma coisa, e a forma espaçotemporal não pode ser percebida em sua totalidade. Se alguém fechar os olhos enquanto contempla uma fotografia,

¹⁸ KANT, Immanuel. *Prolegomena to any future Metaphysics that will be able to come forward as Science*, with selections from the *Critique of Pure Reason*. Tradução e edição de G. Hatfield. Cambridge: Cambridge University Press, 1997. Prolegomena p. 35, § 10. Cf. MUNRO, Thomas. *The Arts and Their Interrelations*, edição revista e ampliada. Cleveland OH e Londres: Press of Case Western Reserve University, 1969, p. 362-363, 399-406

não perde nada, e a forma espacial permanece intacta. Nesse sentido, ao considerarmos a modalidade espaçotemporal, há diferenças espaçotemporais muito distintas e, com certeza, relevantes entre as mídias.

Portanto, as mídias que não possuem a quarta dimensão, o tempo, são *estáticas*, consideradas objetos materiais: seus dados sensoriais permanecem os mesmos. Para as mídias cuja manifestação física incorpora o tempo, o que significa que seus dados sensoriais mudam, podemos fazer outras distinções. Os filmes e a música gravada, por exemplo, possuem *sequencialidade fixa*. Podemos dizer que os hipertextos e grande parte da música que acompanha os jogos de computador possuem *sequencialidade parcialmente fixa*. As esculturas móveis, a música verdadeiramente improvisada e a transmissão ao vivo de uma performance pela televisão (pelo menos potencialmente) possuem *sequencialidade não fixa*. Certamente não há fronteiras definidas entre essas categorias, e a modalidade semiótica também deve ser considerada para algumas mídias a fim de compreendermos a natureza espaçotemporal de determinada mídia. Ouvir um poema gravado é como ouvir música gravada: deve-se dizer que a interface da mídia tem sequencialidade fixa. Ouvir um poema que está sendo lido ao vivo significa perceber uma mídia oscilando entre sequência fixa e sequência não fixa. Ler um poema impresso significa perceber uma mídia com interface material claramente espacial, mas assim que o aspecto semiótico convencional da linguagem é considerado, a percepção também incorpora a temporalidade e a sequencialidade fixa (para a maioria dos poemas padrão) ou pelo menos a sequencialidade parcialmente fixa (para os poemas que não possuem versos claramente distinguíveis). Porém esse tipo de sequencialidade, ao não ser atribuída à interface material e sim à realização de sistemas sequenciais de signos, possui um caráter menos definido.

A forma mais básica de espacialidade é, portanto, a manifestação da modalidade material em termos de largura, altura e profundidade físicas, mas isto está longe de ser a história completa, uma vez que nossa cognição, em grande parte, funciona em termos de espacialidade. Os conceitos e experiências abstratos de tempo também possuem características espaciais. Pensar em termos de espacialidade é um traço fundamental da mente humana, que

tem um efeito significativo sobre a maneira como percebemos e descrevemos as mídias. As experiências e interpretações de narrativas e de peças musicais, por exemplo, também são concebidas como relações e padrões espaciais.¹⁹

Algumas dessas concepções estão estreitamente ligadas a certos tipos de dados sensoriais primordialmente visuais. A noção de *espaço virtual* abrange os efeitos de mídias que não são tridimensionalmente espaciais no nível da interface material, mas que adquirem um caráter espacial de profundidade no momento da percepção e da interpretação. As pinturas e as fotografias, na verdade, possuem apenas duas dimensões, largura e altura. Porém, com frequência, por meio de semelhança com certas qualidades visuais no mundo percebido, elas criam a ilusão de uma terceira, a profundidade, o que dá origem a um espaço virtual na mente do observador. De maneira análoga, a interface de um filme possui três dimensões: largura, altura e tempo (sequencial fixo), mas em geral é criada uma ilusão de profundidade. O espaço virtual criado por um computador é, sem dúvida, ligeiramente diferente, uma vez que podemos, até certo ponto, escolher como nos movermos dentro dele. Porém ele consiste de largura, altura e tempo (sequencial parcialmente fixo) também criando, juntos, a ilusão de profundidade. De fato, as narrativas verbais também criam vários tipos de espacialidade virtual na mente do

¹⁹ A noção de “pensamento espacial”, inspirada por ARNHEIM, Rudolf. *Visual Thinking*. Berkeley e Los Angeles CA: University of California Press, 1969 é discutida em ELLESTRÖM, Lars. *Divine Madness: On Interpreting Literature, Music, and the Visual Arts Ironically*. Lewisburg PA e Londres: Bucknell University Press, 2002, p. 184-193, 219-224 e em ELLESTRÖM, Lars. *Iconicity as Meaning Miming Meaning, and Meaning Miming Form*. In: BEUKES, Marthinus (Ed.); CONRADIE, Jac (Ed.); FISCHER, Olga (Ed.); LJUNGBERG, Christina (Ed.). *Signergy, Iconicity in Language and Literature*, v. 7. Amsterdam: John Benjamins, no prelo. Para espacialidade na música, ver MORGAN, Robert P. *Musical Time/Musical Space*. In: MITCHELL, William J. T. (Ed.) *The Language of Images*. Chicago and London: University of Chicago Press, 1980, p. 259-270. Para espacialidade na literatura, ver MITCHELL, William J. T. *Spatial Form in Literature: Toward a General Theory* no mesmo volume, 1980, p. 281-286. Nesse ensaio inspirador, Mitchell vê claramente as complexidades do espaço-temporal e se apresenta muito disposto a mostrar que espaço e tempo estão intimamente inter-relacionados. Entretanto, não faz distinção entre, por exemplo, “formas espaciais” e a “experiência” de formas espaciais, o que de alguma forma reduz o alcance de seus argumentos.

ouvinte ou leitor: não apenas uma espacialidade abstrata, conceitual, mas mundos virtuais dentro dos quais o leitor pode navegar.²⁰

Consequentemente, podemos distinguir pelo menos três níveis de espacialidade nas mídias: o espaço como característica da interface da mídia (a modalidade material considerada através da modalidade espaçotemporal), o espaço como aspecto fundamental de toda cognição e o espaço como aspecto interpretativo daquilo que a mídia representa (espaço virtual).

A temporalidade nas mídias pode ser compreendida de modo semelhante. A forma mais fundamental de tempo consiste da maneira como a modalidade material se manifesta através dos dados sensoriais. Algumas mídias possuem interfaces corpóreas que simplesmente não são temporais. Ainda assim, é importante notar que todas as mídias são, obviamente, *realizadas* no tempo: toda percepção e interpretação das mídias e daquilo que midiam são necessariamente inscritas no tempo, o que complica as relações modais entre tempo e espaço. Além disso, as mídias que não são basicamente temporais ficam situadas no tempo assim que chamam a nossa atenção o que, evidentemente, traz implicações para nossa concepção e interpretação de tais mídias.

Como contrapartida ao espaço virtual, a noção de *tempo virtual* também pode ser introduzida. Algumas mídias específicas possuem características espaciais que conduzem à interpretação do espacial em termos de tempo que passa. Até certo ponto, há convenções que nos fazem olhar para as figuras de uma tirinha cômica, por exemplo, em certa ordem temporal. Entretanto, este não é um caso de tempo virtual, mas uma instância de sequencialidade pictural produzida por convenções convergentes para a decodificação de signos simbólicos e icônicos. O tempo virtual, na verdade, é caracterizado pela capacidade de determinadas imagens mostrarem não apenas um

²⁰ Cf. FRANK, Joseph. *Spatial Form in Modern Literature*. In: FRANK, Joseph. *The Idea of Spatial Form*. New Brunswick and London: Rutgers University Press, 1991, p. 5-66. A noção de mundos virtuais, desde então, tem sido extensivamente explorada no campo da poética cognitiva.

momento estático, mas uma série de acontecimentos.²¹ Interpretações de imagens estáticas que nós, em bases icônicas, consideramos serem objetos ou criaturas em movimento sempre incluem uma interpretação de onde o objeto ou a criatura estava “antes” e “depois” do momento congelado na imagem.²² Algumas imagens estáticas, a exemplo de fotografias, podem ter qualidades como objetos representados com os contornos borrados ou formas alongadas e transparentes, que assumimos serem índices de objetos em movimento no espaço e no tempo.²³ Tais “ilusões” de tempo sequencial parcialmente fixo podem ser chamadas de tempo virtual, que é o caso de todos os tipos de tempo representado por narração verbal. Em suma, podemos dizer que o espaço virtual e o tempo virtual se manifestam na percepção e na interpretação de uma mídia quando o que consideramos ser o estado espaço-temporal *representado* não é a mesma coisa que o estado espaço-temporal da modalidade material *em representação* considerada através da modalidade espaço-temporal.²⁴ Novamente temos pelo menos três níveis de temporalidade nas mídias: o tempo como característica da interface da mídia (a modalidade material considerada através da modalidade espaço-temporal), o tempo como condição necessária a toda percepção e o tempo como aspecto interpretativo daquilo que a mídia representa (o tempo virtual).²⁵

²¹ Ver discussões elucidativas em HEFFERNAN, James A. W. The Temporalization of Space in Wordsworth, Turner, and Constable. In: HEFFERNAN, James A. W. (Ed.). *Space, Time, Image, Sign: Essays on Literature and the Visual Arts*. New York: Peter Lang, 1987, p. 64-65.

²² Lessing reconhece que há corpos representados em pintura “que por sua posição nos permitem conjecturar uma ação” (LESSING, 1984, p. 77). Na verdade, ele afirma claramente (o que parece contradizer sua afirmativa unilateral anterior relativa ao que “os signos existentes no espaço podem expressar”) que “a pintura também pode imitar ações, mas somente por sugestão através de corpos” (p. 78).

²³ Cf. GOMBRICH, Ernst H. Standards of Truth: The Arrested Image and the Moving Eye. In: MITCHELL, William J. T. (Ed.). *The Language of Images*. Chicago and London: University of Chicago Press, 1980, p. 208-217.

²⁴ Langer usa o termo “tempo virtual” para denotar o aspecto do tempo tanto na música quanto nas artes plásticas: (LANGER, 1957, p. 81-83).

²⁵ Wendy Steiner também chega à conclusão que o espaço e o tempo “de fato se referem a três aspectos muito diferentes da obra” (1982, p. 50). Seus aspectos são semelhantes, mas não idênticos aos três níveis que discrimino. Conferir as discussões detalhadas e muito convincentes em LEVINSON,

Consequentemente há, sem dúvida, diferenças fundamentais entre as mídias no que tange a tempo e espaço. Se essas diferenças não forem reconhecidas, não se pode entender a complexidade da interpretação das mídias em termos de oposições, fusões e trocas mútuas entre as categorias de tempo e espaço. A diferença entre as mídias que possuem várias formas de interfaces espaçotemporais nunca se desfaz, é claro, mas certamente é crucial chamar atenção para a tensão criada por uma mídia que não apresenta, por exemplo, qualidades temporais em sua interface, mas cria aspectos temporais em sua percepção e interpretação.

Até aqui, nada foi dito sobre significado, que julgo pertencer, primordialmente, à *modalidade semiótica*. Uma vez que o mundo não possui significado em si mesmo, este deve ser compreendido como o produto de um sujeito, em determinadas circunstâncias sociais, que percebe e cria uma ideia. Todo significado é o produto de uma mente que interpreta e atribui sentido a estados de coisas, ações, ocorrências e artefatos. Em seu sentido mais amplo, a semiótica é um campo teórico que visa a compreender como funcionam os processos de significação. Para mim, as questões mais prolíficas levantadas pela semiótica são aquelas fronteiriças à hermenêutica, como as discussões pragmáticas do signo feitas por Charles Sanders Peirce. Segundo ele, o significado pode ser descrito como o resultado de funções sígnicas e, apesar de não haver signo até que algum intérprete lhe atribua significado, podem-se distinguir tipos diferentes de signos ou de funções sígnicas.

As interfaces materiais das mídias não possuem significado em si mesmas, é claro, mas o processo de interpretação já se inicia no ato da percepção. Concepção e cognição não ocorrem após a percepção: pelo contrário, todas as sensações são o resultado de uma mente que interpreta e procura significados. No momento em que nos damos conta de uma sensação visual, por exemplo, ela já é significativa em um nível básico. Ver uma bailarina é tomar conhecimento da sensação visual de um corpo que

Jerrold; ALPERSON, Philip. What Is a Temporal Art? *Midwest Studies in Philosophy*, v. 16, 1991, 439-450. Levinson e Alperson, também, concluem que há três variáveis principais de temporalidade nas artes.

se inscreve em um continuum espaçotemporal. Essa sensação também pode incluir semelhanças apreendidas a partir de outros fenômenos do mundo dos gestos que reconhecemos a partir de outras performances. A bailarina pode movimentar os braços como um pássaro, pular como um sapo e depois fazer uma reverência. O que consideramos ser imitações de animais podem ser descritas como funções sígnicas icônicas, ao passo que a reverência é, primordialmente, um signo convencional denotando “fim”.

A modalidade semiótica, portanto, envolve a criação de significado na mídia concebida de forma espaçotemporal por meio de diferentes tipos de raciocínio e de interpretações de signos. A criação de significado já se inicia na apreensão e na organização inconsciente dos dados sensoriais percebidos pelos receptores e continua no ato consciente de encontrar conexões relevantes dentro da estrutura espaçotemporal da mídia e entre a mídia e o mundo ao seu redor. Há duas formas diferentes, mas complementares de pensar: por um lado, algumas funções cognitivas são principalmente dirigidas por representações *proposicionais*, enquanto outras dependem principalmente de representações *pictóricas*.²⁶ Pesquisas sobre o cérebro demonstraram que, em grande parte, as duas formas de pensar podem estar localizadas em seus dois hemisférios. Pensamos tanto de maneira abstrata quanto de maneira concreta (visual e espacial). Essas duas formas de cognição, inter-relacionadas mas diferentes, são profundamente correlacionadas, eu diria, com as categorias semióticas. Há mais tempo era comum distinguir signos convencionais ou arbitrários de signos naturais. A importantíssima tricotomia de Peirce – *símbolo, índice e ícone* – tem a vantagem de evitar a ideia ligeiramente enganosa de que alguns signos existem “naturalmente”, mas é óbvio que o símbolo é um signo convencional, como afirma Peirce, e o índice e o ícone são, de certa forma, signos naturais. A função sígnica indicial baseia-se em causa e proximidade, enquanto a iconicidade se baseia na semelhança, aspectos que fazem parte do mundo exterior como

²⁶ Para referências a pesquisas relevantes, ver ELLESTRÖM, Lars. Iconicity as Meaning Miming Meaning, and Meaning Miming Form. In: *Signergy* [Iconicity in Language and Literature 9]. CONRADIE *et al.* (Eds.). Amsterdam: John Benjamins, 2010, p. 73-100.

o percebemos e concebemos.²⁷ Em termos semióticos, o raciocínio baseado em representações proposicionais pode ser descrito como significado criado por funções sígnicas simbólicas convencionais, ao passo que se pode descrever o raciocínio baseado em representações pictóricas como significado criado por funções sígnicas indiciais e icônicas. Tais funções estão profundamente relacionadas à maneira como a mente concebe os dados sensoriais como estruturas espaçotemporais, o que explica por que esse tipo de significado, em especial, é o resultado de interpretação também em nível subliminar. As estruturas espaçotemporais concebidas por nossa mente são “projetadas” para terem significado não de maneira proposicional, e sim pictural.

Proponho, portanto, que a convenção (signos simbólicos), a semelhança (signos icônicos) e a contiguidade (signos indiciais) sejam consideradas como os três modos principais da modalidade semiótica. Segundo Peirce, que enfatiza que o aspecto determinante de todos os signos está “na mente” de quem os interpreta, os três modos de significação estão sempre misturados, mas podemos dizer que um deles é dominante.²⁸ Na maioria dos textos escritos, as funções sígnicas simbólicas das letras e das palavras dominam o processo de significação. A música instrumental e todos os tipos de imagens visuais (desenhos, números, tabelas e fotografias, por exemplo) são geralmente dominados por signos icônicos, apesar de as fotografias terem um importante aspecto indicial. As qualidades icônicas da música e das imagens diferem, é claro, uma vez que os signos musicais são signos auditivos que se referem principalmente a movimentos, emoções, experiências corporais e estruturais cognitivas, ao passo que os signos visuais das imagens se referem amplamente a outras entidades visuais, mas todas essas funções sígnicas se baseiam na semelhança.²⁹ O caráter semiótico de todas as mídias é exces-

²⁷ HARTSHORNE, Charles (Ed.); WEISS, Paul (Ed.). *Collected Papers of Charles Sanders Peirce Volume II, Elements of Logic*. Cambridge MA e Londres: The Belknap Press of Harvard University Press, 1960, p. 156-173.

²⁸ *Ibid.*, p. 135.

²⁹ Ver Elleström (2010). ‘Iconicity as Meaning Miming Meaning, and Meaning Miming Form’. Tenho muita consciência da falta de consenso, ainda mais quando se chega à questão de signi-

sivamente complexo, mas não há dúvidas quanto às diferenças semióticas básicas entre um texto escrito e uma imagem em movimento, por exemplo.

Esses três modos semióticos, juntamente com os modos espaçotemporal, sensorial e material formam o caráter específico de cada mídia. Vamos examinar, breve e rudimentarmente, alguns exemplos. A escultura tradicional possui uma interface material tridimensional, sólida e estática. É inicialmente percebida de maneira visual, mas também possui qualidades táteis. Geralmente, a função sígnica icônica domina. Um filme de animação consiste de uma sequência fixa de imagens em movimento e de sons. Sua interface corpórea é uma superfície plana com qualidades visuais combinadas com ondas sonoras; a combinação de imagens bidimensionais e de ondas sonoras costuma criar um efeito de espaço virtual. As imagens são primordialmente icônicas e desprovidas do aspecto indicial das imagens produzidas por câmeras comuns de cinema. O som geralmente consiste de vozes, efeitos sonoros e música: os sons musicais, mas com frequência também a maior parte das qualidades vocais, são muito icônicos, enquanto as partes das vozes que podem ser discernidas como língua são principalmente decodificadas como signos convencionais. A poesia impressa possui uma interface material bidimensional sólida ou uma combinação sequencial dessas interfaces (se realizada na mídia técnica livro). É percebida pelos olhos, porém, mesmo quando lida em silêncio, torna-se aparente que também possui qualidades auditivas latentes no sistema convencional de significação chamado língua. A maior parte da poesia adquire significado através desses signos convencionais, mas também pode haver porções substanciais de iconicidade tanto na forma visual do texto quanto nas experiências sonoras silenciosas interiores produzidas pela mente. Em termos de espaçotemporalidade, a poesia impressa é essencialmente espacial. Muito raramente o espaço virtual é percebido como resultado de profundidade ilusória na aparência

ficado na música, mas minha opinião é que não importa como seja definido o caráter semiótico de uma mídia qualificada, tal definição deve incluir as diferenças semióticas que são, ao menos parcialmente, específicas das mídias. Mesmo que não seja aceita a noção de iconicidade musical, deve-se admitir que há uma diferença fundamental entre a maneira como a música e, digamos, a literatura produzem significado.

visual bidimensional do poema ao passo que é criado, com frequência, um espaço virtual no sentido de mundos ilusórios. Os poemas impressos que são dominados por palavras legíveis ao invés de, por exemplo, letras agrupadas, são indiretamente (parcialmente) sequenciais, uma vez que os signos convencionais (parcialmente) determinam a realização temporal da língua escrita.

Como se pode observar a partir desses exemplos, os modos das diversas mídias diferem claramente, e as modalidades sempre interagem de maneiras mais ou menos complexas. Como as modalidades não podem ser vistas como entidades isoladas, o modelo proposto não oferece uma receita simples e mecânica de verificar os modos das modalidades, um após o outro, porém sugere um método de investigação minuciosa das características das diversas mídias e de como podem ser interpretadas. O modelo apoia, grosso modo, as ideias de que as mídias sempre contêm outras mídias (McLuhan³⁰) ou de que as mídias sempre são mistas (Mitchell³¹), mas também incorpora, com algum detalhe, o possível significado de se dizer que as mídias estão sempre entrelaçadas e em que aspectos, de fato, as mídias *não* são contidas por outras ou misturadas umas com as outras: contempla o fato de as mídias necessariamente compartilharem as quatro modalidades básicas, mas possuírem os modos mutáveis dessas modalidades apenas mais ou menos em comum; também incorpora o fato de aparentemente possuírem modos em comum quando, de fato, muitas características das mídias tomam forma em níveis diferentes, que vão desde a interface material até a percepção e interpretação da mídia.

³⁰ (MCLUHAN, 1994, p. 8, 305).

³¹ “todas as mídias são mistas, combinando códigos diferentes, convenções discursivas, canais, modos sensorial e cognitivo”: MITCHELL, William J. T. *Beyond Comparison: Picture, Text, and Method*. In: MITCHELL, William J. T. *Picture Theory: Essays on Verbal and Visual Representation*. Chicago and London: University of Chicago Press, 1994, p. 95; “Todas” as mídias são, sob o ponto de vista da modalidade sensorial, “mídias mistas” e “a própria noção de uma mídia e de mediação já implica alguma mistura de elementos sensoriais, perceptivos e semióticos”: MITCHELL, William J. T. *There Are no Visual Media*, *Journal of Visual Culture*, v. 4, 2005, p. 257, 260. Cf. os comentários mais breves in MITCHELL, William J. T. *What do Pictures Want? The Lives and Loves of Images*. Chicago and London: Chicago University Press, 2015, p. 215, 350.

Existem, portanto, semelhanças e dessemelhanças entre as mídias. Todas elas são mistas de maneiras diferentes. Cada uma consiste de uma fusão de modos que são parcialmente, e em diferentes graus de palpabilidade, compartilhados por outras mídias. Toda mídia tem a capacidade de mediar apenas determinados aspectos da realidade total. Uma vez que o mundo, ou melhor, nossa percepção e concepção dele é, sem sombra de dúvida, multimodal, todas as mídias são mais ou menos multimodais no nível de pelo menos algumas das quatro modalidades, o que significa que elas, em algum aspecto incluem, por exemplo, tanto o modo visual quanto o auditivo, tanto o modo icônico quanto o simbólico ou tanto o modo espacial quanto o temporal (material ou virtualmente). Considero justo dizer que todas as mídias são multimodais no que diz respeito às modalidades espaçotemporal e semiótica, ao passo que algumas mídias, como os jogos de computador e o teatro, são multimodais no nível de todas as quatro modalidades.

Os dois aspectos qualificadores das mídias

As quatro modalidades são, como exposto na seção anterior, aspectos necessários de todo tipo concebível de mídia, mas nem sempre basta considerar apenas os modos das modalidades para atingir uma compreensão adequada de como as mídias são de fato realizadas e compreendidas. Uma compreensão mais profunda das realizações individuais das mídias, de suas infinitamente numerosas qualidades e de suas maneiras de fazer parte de um mundo em constante mudança requer perspectivas adicionais. Há pelo menos dois outros aspectos envolvidos em construções e definições de mídias. Esses aspectos complementam as modalidades, mas também estão, até certo ponto, envolvidos no caráter dos modos. Proponho que sejam chamados *aspectos qualificadores das mídias*. O primeiro deles é a origem, delimitação e uso das mídias em circunstâncias históricas, culturais e sociais específicas. Este pode ser chamado de *aspecto qualificador contextual*. Combinações e misturas de modos podem ser executadas de muitas formas e, com frequência, não há como decidir automaticamente, com base nas propriedades

dos modos, onde se encontram os limites de uma mídia. Eles só podem ser determinados através da investigação de práticas, discursos e convenções historicamente determinados. Nossa tendência é falar sobre uma mídia como algo que começa a ser utilizado de certa maneira ou adquire certas qualidades em um dado momento e em um dado contexto cultural e social.³² “Arte visual”, “mensagens em código Morse”, “língua de sinais” e “e-mail” não são mídias eternas, apesar de poderem ser claramente descritas no que diz respeito às propriedades dos modos: elas aparecem e (talvez, dentro de algum tempo) desaparecem e são inteligíveis apenas em certos contextos culturais e sociais. Às vezes é uma mudança mais ou menos radical no nível material e técnico, como a invenção de uma nova técnica de impressão ou de um novo dispositivo tecnológico, que desencadeia a gênese do que se consideram novas mídias. Outras vezes é o caso de técnicas bastante antigas serem vistas como novas mídias quando adotadas em novos contextos, por exemplo, quando fotografias são expostas em galerias e museus ou quando cartas são usadas para executar “arte postal”.

O segundo dos dois aspectos qualificadores que definem as mídias inclui características estéticas e comunicativas. Pode ser chamado de *aspecto qualificador operacional*.³³ Há uma forte tendência de se tratar uma mídia como *uma* mídia ou uma forma artística como *uma* forma de arte apenas quando certos aspectos qualitativos podem ser identificados. Esses aspectos, é claro, não são inscritos permanentemente, e sim formados por convenções.³⁴ De fato, as notórias afirmações de Lessing sobre a rigorosa

³² Joseph Garncarz argumenta, com propriedade, que as mídias devem ser vistas “não apenas como sistemas textuais, mas como instituições culturais e sociais”: GARNCARZ, Joseph. *Vom Varieté zum Kino: Ein Plädoyer für ein erweitertes Konzept der Intermedialität*. In: HELBIG, Jörg (Ed.). *Intermedialität: Theorie und Praxis eines interdisziplinären Forschungsgebiets*. Berlin: Erich Schmidt Verlag, 1998, p. 253.

³³ Evitarei tentar dizer exatamente o que são “características estéticas e comunicativas”. Na verdade, a sua compreensão é parte da maneira como funciona o aspecto qualificador operacional: todas as mudanças em concepções estéticas, e até a negação da forma de pensar em termos de estética, fazem parte da formação das mídias qualificadas.

³⁴ Cf. a definição de mídia de Wolf como “um meio convencionalmente distinto de comunicação, especificado não só por determinados canais (ou por um canal) de comunicação, mas também

diferença entre a poesia e a pintura são claramente normativas e abordam aspectos qualificadores das artes do tempo e do espaço. Os argumentos de Lessing a respeito de diferenças bem marcantes entre a arte temporal da poesia, que representa a ação, e a arte espacial da pintura, que representa objetos, na verdade não dizem respeito aos aspectos modais básicos das mídias. Ele reconhece diferenças semióticas importantes entre as artes, é evidente, mas deixa de demonstrar minimamente como a poesia (dita ruim) pode representar objetos. A poesia, entretanto, não *deveria* ser como “o discurso e seus signos em geral”, afirma.³⁵ Segundo Lessing, então, as restrições quanto à espacialidade e à temporalidade na poesia e na pintura, respectivamente, são primordialmente uma questão de aspectos qualificadores.

Outro exemplo de como funciona o aspecto qualificador operacional seria o “cinema” que, conforme já se afirmou, não se transformou em “cinema” no dia em que a técnica foi inventada.³⁶ Assim como outras mídias novas, ele tomou emprestadas características estéticas e comunicativas pertencentes a mídias antigas e, apesar de os primeiros filmes possuírem traços comunicativos e estéticos distintos, é claro, demorou algum tempo até que as muitas características qualificadoras do conteúdo midiado se tornassem formas reconhecíveis de mídias. Depois surgiram duas noções ligadas ao mesmo termo: o cinema como um conjunto de técnicas e o cinema como uma mídia qualificada multifacetada desenvolvida dentro dos moldes dos aspectos técnicos, mas não determinada por eles.³⁷ A

como a utilização de um ou mais sistemas semióticos a serviço da transmissão de “‘mensagens’ culturais”: (WOLF, 1999, p. 35-36).

³⁵ (LESSING, 1984, p. 85).

³⁶ Ver GAUDREAU, André; MARION, Phillippe. The Cinema as a Model for the Genealogy of Media. Tradução de Timoty Barnard. *Convergence*, v. 8(4), 2002, p. 12-18. Cf. o caso do vídeo que foi lançado, primeiramente, como mídia técnica e, posteriormente, fez surgir uma mídia qualificada com qualidades estéticas específicas, conforme descrito em SPIELMANN, Yvonne. *Video: The Reflexive Medium*. Tradução de Anja Welle e Stan Jones. Cambridge MA and London: MIT Press, 2008.

³⁷ O problema terminológico é agravado pela utilização alternada de palavras semelhantes em línguas diferentes. Hajnal Király me sugeriu que “película” (‘movie’) seria a denominação mais próxima para o aspecto técnico, que “cinema” (‘cinema’) se refere, com mais frequência, aos aspectos sociológicos, institucionais e culturais, isto é, o aspecto qualificador contextual,

música, por outro lado, pode ser midiada por uma variedade de mídias técnicas, mas a maior parte das pessoas não incluiria qualquer tipo de som na noção de música. Como forma artística e mídia qualificada, ela deve ser produzida dentro de circunstâncias comunicativas asseguradas e preencher critérios estéticos convencionais para ser aceita como música. Tais circunstâncias e critérios variam, sem dúvida, mas se fossem anulados poucos considerariam significativo ainda falar sobre a mídia música.

A dança também é uma mídia qualificada governada por padrões estéticos. Entretanto, essa forma artística tem relação muito estreita com o gesto, que poderia ser considerado uma mídia qualificada de outro tipo. Os modos principais envolvidos tanto na dança quanto no gesto são o corpo, a visualidade e a espaçotemporalidade. No que tange à modalidade semiótica, tanto a dança quanto o gesto incluem signos icônicos e simbólicos. Presumo que haja uma tendência para mais funções sígnicas indiciais no gesto, mas a diferença principal entre a dança e o gesto se encontra no aspecto qualificador operacional: a dança adere a convenções de expressão estética, ao passo que o gesto, primordialmente, faz parte de situações comunicativas.

Esses dois aspectos qualificadores interagem com frequência, é claro, (e penso que seria viável dividi-los em três, quatro ou até mais aspectos específicos). Como enfatizou Jürgen E. Müller, as características estéticas e comunicativas de uma mídia costumam surgir ou ser aceitas gradualmente ou desaparecer em determinado momento da história e em certas circunstâncias socioculturais.³⁸ A relatividade em que muitas definições

enquanto “filme” (‘film’) está associado à mídia esteticamente madura determinada pelo aspecto qualificador operacional.

³⁸ Ao discutir a televisão, Müller demonstra como os aspectos sociais, culturais e históricos do que eu chamaria a mídia qualificada televisão interagem com aspectos estéticos e comunicativos. Todos esses aspectos qualificadores foram desenvolvidos bem depois do surgimento gradual dos pré-requisitos tecnológicos da mídia. Ver Jürgen E. Müller, em ELLESTRÖM, Lars (Ed.). *Media Borders, Multimodality and Intermediality*. Basingstoke: Palgrave Macmillan, 2010, e MÜLLER, Jürgen E. Perspectives for an Intermedia History of the Social Functions of Television. In: MÜLLER, Jürgen E. (Ed.). *Media Encounters and Media Theories*. Münster: Nodus Publikationen, 2008, p. 201-215. Cf. também MÜLLER, Jürgen E. Intermedialität und Medienhistoriographie. In: PAECH, Joachim (Ed.); SCHRÖTER, Jens (Ed.) *Intermedialität Analog/Digital: Theorien – Methoden – Analysen*. Munich: Wilhelm Fink, 2008, p. 31-46.

de certas mídias está, portanto, fortemente relacionada à relatividade na definição de gêneros e subgêneros das mídias. Um gênero não pode ser circunscrito como entidade abstrata sem considerarmos como a “forma” e o “conteúdo” estão relacionados tanto com as mudanças estéticas quanto com as sociais, e às vezes permanece aberta a pergunta se uma nova prática estética ou comunicativa deve ser chamada de mídia ou de gênero.³⁹ Assim, os dois aspectos qualificadores não podem ser deixados de lado quando tentamos delinear os contornos de uma mídia. Uma pintura consiste de tinta sobre uma superfície bidimensional (ou levemente tridimensional) que pode ser vista (e, em grau menor, percebida com o tato e com o olfato). Geralmente os signos icônicos dominam. Estes, juntamente com convenções para representação, muito frequentemente nos fazem perceber o espaço virtual na obra. A fim de ser considerado como pintura ao invés de apenas tinta espalhada, o quadro deve ser produzido e apresentado dentro de convenções sociais e artísticas geralmente aceitas e deve possuir algumas qualidades estéticas. Porém, nenhum desses aspectos qualificadores é verdadeiramente estável. Como todas as formas artísticas e outras mídias qualificadas, a natureza da “pintura” só pode ser circunscrita *ad hoc*. As modalidades das noções mutáveis de pintura são bastante estáveis, no entanto, e fornecem um ponto de partida utilizável para se discutir os limites dessa mídia. Se a superfície material de uma dita pintura é fortemente tridimensional, pode-se argumentar, de forma direta, com base em convenções de gênero e em fronteiras midiáticas que, de fato, deve ser vista como escultura devido à sua modalidade material.

É óbvio que essa “redefinição” baseada em propriedades de modalidade pode causar impacto sobre a maneira como a pintura ou a escultura é concebida, quando se levam em consideração os aspectos qualificadores das definições das mídias.

³⁹ Cf. a discussão de gênero em RAJEWSKY, Irina O. *Border Talks: The Problematic Status of Media Borders in the Current Debate about Intermediality*. In: ELLESTRÖM, Lars (Ed.). *Media Borders, Multimodality and Intermediality*. Basingstoke: Palgrave Macmillan, 2010, p. 51-68.

Todas as quatro modalidades e, como regra, os dois aspectos qualificadores devem ser, pois, considerados ao se tentar encontrar o cerne de uma mídia ou outra, se é que ele existe. Entretanto, acho que há muito a se ganhar com o reconhecimento não só da existência de modalidades e de aspectos qualificadores, bem como de suas naturezas distintas. Não faz sentido comparar mídias diferentes se elas forem descritas ou definidas com base apenas em uma seleção de modalidades e aspectos qualificadores que não sejam adequadamente relacionados uns com os outros. É pertinente definir “música” como mídia já que ela pode ser delimitada sem ambiguidade através das quatro modalidades e dos dois aspectos qualificadores, apesar do caráter aberto das qualidades estéticas. Porém, “literatura” e “texto alfabético” não são mídias como tal, eu diria, uma vez que há uma diferença modal distinta e extensa entre as modalidades material, sensorial e espaçotemporal do texto visual e do texto audível. “Texto visual” e “literatura visual” (com base em signos impressos ou de outro tipo), no entanto, podem ser considerados como mídias já que ambos são categorias que incluem objetos midiáticos bem semelhantes (se entendermos “texto visual” como uma sequência escrita de signos linguísticos sobre uma superfície espacial). Por outro lado, há uma diferença entre as mídias “texto visual” e “literatura visual”: esta depende muito dos dois aspectos qualificadores, enquanto aquele é um tipo de mídia que pode ser definido apenas através das quatro modalidades. Proponho chamar de *mídias básicas* aquelas que são principalmente identificadas por sua aparência modal. Formas artísticas e outros tipos de mídia cultural sempre dependem dos dois aspectos qualificadores e, portanto, podem ser chamadas de *mídias qualificadas*.

A distinção entre mídias básicas e mídias qualificadas não é absoluta e, uma vez que os modos das modalidades não são entidades que possam ser facilmente isoladas, penso não haver um conjunto definido de mídias básicas. Entretanto, se definirmos “texto” como qualquer sistema convencional de signos, mídias como “texto audível”, “texto tátil”, “imagem estática”, “imagem em movimento”, “performance corporal icônica” e “som não verbal organizado” seriam exemplos do que podemos considerar

como mídias básicas. O “texto visual”, entretanto, deve ser visto como um conjunto de mídias básicas que diferem dependendo de serem produzidas por signos materiais ou movimentos corporais, de serem fixas no espaço ou inscritas em um fluxo temporal e talvez também de consistirem de unidades singulares de signo ou de sequências de signos.⁴⁰ Além de serem definidas pelos dois aspectos qualificadores, as mídias qualificadas podem consistir tanto de mídias básicas únicas – por exemplo, fotografia documental baseada em imagens estáticas – quanto de combinações de mídias básicas – por exemplo, filmes baseados primordialmente em imagens em movimento, texto audível e sons não verbais.

O que é intermedialidade?

Já se afirmou, com razão, que a intermedialidade é o resultado do ato de cruzar as fronteiras construídas das mídias; de fato, não há fronteiras das mídias dadas pela natureza, mas precisamos delas para falar de intermedialidade. Werner Wolf enfatiza que as fronteiras entre as mídias são criadas por convenções, e Christina Ljungberg reforça o aspecto performativo do cruzar

⁴⁰ Se considerássemos, de forma muito simplificada, que os modos mais importantes pudessem ser isolados, digamos (corpos humanos, outra materialidade demarcada e materialidade não demarcada), (ver, ouvir e sentir), (espaço e tempo) e (símbolos, ícones e índices), e que esses modos pudessem ser misturados de acordo com o princípio de que deve haver pelo menos um modo por modalidade, e que também pode haver todos os tipos de combinações de modos dentro da mesma modalidade, o total de combinações possíveis seria $7 \times 7 \times 3 \times 7 = 1029$. Não é preciso dizer que seria ridículo falar em 1029 ou mais tipos de mídias básicas. Temos de nos contentar com o fato de que algumas combinações modais básicas são comumente distinguíveis em determinada época, e que o futuro pode nos reservar novas convenções e soluções técnicas que tornem discerníveis novas mídias básicas como, por exemplo, uma que consista de, digamos, materialidade não demarcada que possa ser tanto vista quanto sentida pelo tato, que seja percebida tanto como uma extensão espacial quanto como um fluxo temporal e que produza principalmente significado icônico. Supondo que fosse inventada uma mídia técnica capaz de mediar essa mídia básica, seria possível esperar que uma gama de mídias qualificadas logo seria desenvolvida, formando convenções estéticas e comunicativas, fazendo surgir, ao fim, gêneros e subgêneros mais ou menos demarcados.

de fronteiras.⁴¹ A intermedialidade seria, assim, algo que às vezes “acontece”; um efeito de maneiras não convencionais de realizar trabalhos midiáticos.

Mas essas fronteiras são de pelo menos dois tipos: as mídias diferem, em parte, em decorrência de dessemelhanças modais e, em parte, em decorrência de divergências no que se refere aos aspectos qualificadores das mídias e à convencionalidade das fronteiras em principalmente uma faceta dos aspectos qualificadores.⁴² As relações entre mídias básicas como “imagem em movimento” e “imagem estática” podem, assim, ser relativamente descritas com clareza no âmbito das quatro modalidades, ao passo que as relações entre mídias qualificadas como “literatura audível” e “música” em grande parte se baseiam nos dois aspectos qualificadores. No primeiro caso, a fronteira entre as duas mídias básicas “imagem em movimento” e “imagem estática” encontra-se principalmente na modalidade espaçotemporal, uma vez que imagens estáticas são espaciais, enquanto as imagens em movimento são espaciais e temporais. No segundo caso, a fronteira entre a “literatura audível” e “música” é, em parte, de caráter modal, considerando-se que toda literatura é primordialmente (mas não exclusivamente) simbólica, e a música é primordialmente (mas não exclusivamente) icônica e parcialmente de caráter qualificado, uma vez que as fronteiras entre o que é considerado literatura e música depende muito de convenções culturais e estéticas. Uma leitura “normal” de um poema geralmente o faz ser considerado literatura, ao passo que uma performance cantada do mesmo poema é considerada música, e há muitas variantes de performance entre o literário e o musical que não podem ser classificadas, de forma clara, nem como literatura nem

⁴¹ “A ‘intermedialidade’, portanto, pode ser definida como uma relação especial (uma relação que seja ‘intermedial’ em sentido restrito) entre mídias de expressão ou de comunicação convencionalmente distintas” (WOLF, 1999, p. 37). Ver também LJUNGBERG, Christina. *Intermedial Strategies in Multimedia Arts*. In: ELLESTRÖM, Lars (Ed.). *Media Borders, Multimodality and Intermediality*. Basingstoke: Palgrave Macmillan, 2010, p. 81-98.

⁴² Irina Rajewsky chega a uma conclusão semelhante em *Border Talks: The Problematic Status of Media Borders in the Current Debate about Intermediality*. In: ELLESTRÖM, Lars (Ed.). *Media Borders, Multimodality and Intermediality*. Basingstoke: Palgrave Macmillan, 2010, p. 51-68.

como música, porque não há uma fronteira definida a ser atravessada. Às vezes é mais uma questão de o poema ser apresentado em uma “leitura de poemas” ou em um “concerto”. Entretanto, esta ambiguidade cultural e estética na diferença entre literatura audível e música está claramente ligada à modalidade semiótica. Também se deve levar em conta que uma leitura neutra de um poema tem um potencial icônico e que aquilo que se considera ser a “musicalidade” crescente de uma leitura mais variada, rítmica e melódica está, de fato, fortemente ligada a um aumento da função sígnica icônica.

Os dois tipos de fronteiras midiáticas, a modal e a qualificada, podem ser atravessados de duas formas bem diferentes. Penso ser apropriado fazer a distinção entre, por um lado, *combinação e integração* de mídias (básicas ou qualificadas) e, por outro lado, *midiação e transformação* de mídias (básicas ou qualificadas).⁴³ O teatro, por exemplo, normalmente combina e integra, em vários graus, mídias básicas como texto audível, imagem estática e performance corporal. Os aspectos estéticos dessas combinações e integrações são parte de como o teatro é compreendido e definido como mídia qualificada. Cada mídia básica possui suas próprias características modais e, quando combinada e integrada de acordo com certas convenções qualitativas, o resultado é o que chamamos de “teatro”, consistindo de tipos diferentes de interfaces materiais que agradam

⁴³ Cf. a distinção heurística de Hans Lund entre três tipos de relações palavra–figura: combinação, integração e transformação, in LUND, Hans. *Text as Picture: Studies in the Literary Transformation of Pictures*. Tradução de Kacke Götrik. Lewiston NY, Queenston Ontario e Lampeter UK: Edwin Mellen Press, 1992, p. 5–9. Em vez de combinação e integração, Claus Clüver faz distinção entre textos multimídia (textos separáveis), textos mixmídia (textos fracamente integrados) e textos intermídia (textos totalmente integrados): (CLÜVER, 2007, p. 19). A distinção de Wolf entre intermedialidade “aberta” e “encoberta” corresponde parcialmente à minha distinção entre combinação e integração de mídias e transformação de mídias. Entretanto, acho profundamente problemático afirmar que um artefato de intermedialidade “aberta” se distingue por qualidades “imediatamente discerníveis na superfície”, e através da limitação da intermedialidade “aberta” a casos em que “os significantes de duas mídias são aparentes e distintos” essa categoria fica muito limitada: (WOLF, 1999, p. 40, 50). O que é, na verdade, a superfície de uma mídia multimodal, e o que significa dizer que os significantes de uma mídia são aparentes? Somente quando as mídias técnicas e objetos ou fenômenos físicos reais são abordados torna-se possível falar sobre mídias abertas ou sobre copresença direta das mídias. Uma vez que a maior parte das mídias qualificadas é midiada por várias mídias técnicas e também mutáveis, as distinções aberta–encoberta e direta–indireta possuem valor limitado quando se fala de mídias qualificadas.

tanto aos olhos quanto aos ouvidos, sendo profundamente espaciais e temporais, produzindo sentido através de todos os tipos de signos e, certamente, sendo circunscritas por meio de convenções históricas e culturais e padrões estéticos. Pode-se dizer, então, que o teatro é uma mídia qualificada extremamente multimodal e também, de certa forma, muito intermediática, já que combina e integra uma gama de mídias básicas e qualificadas.⁴⁴ A canção pop, para usarmos outro exemplo, é uma mídia qualificada que inclui as duas mídias básicas “texto audível” e “som não verbal organizado”. As consequências da combinação e integração dessas duas mídias básicas não têm o mesmo alcance da combinação de várias mídias básicas no teatro. O texto audível e o som não verbal organizado possuem a mesma interface material: ondas sonoras absorvidas pelos órgãos da audição. Sua maneira de serem fundamentalmente temporais bem como, até certo ponto, espaciais, é semelhante. A diferença entre texto audível e som não verbal organizado torna-se clara na modalidade semiótica: o processo de significação em textos audíveis é principalmente uma questão de decodificar signos convencionais, ao passo que o significado do som não verbal organizado é, antes de tudo, o resultado da interpretação dos sons em termos de semelhança e contiguidade.

Entretanto, uma combinação e integração não qualificada dessas mídias básicas não são suficientes para produzir uma canção pop. Normalmente tanto o texto audível quanto o som não verbal precisam possuir certas qualidades que lhes confira não só o valor de “letra” e “música”, mas também o valor de “letra pop” e “música pop”. Os atributos das mídias qualificadas tornam-se ainda mais qualificados, por assim dizer, quando aspectos de gênero estão envolvidos. Um gênero pode, portanto, ser chamado de submídia.

⁴⁴ O teatro é, assim, definitiva e extremamente multimodal e integra muitas mídias básicas e qualificadas, mas é exagero dizer que o “teatro é uma hipermídia que incorpora todas as artes e mídias”. Ver CHAPPLE, Freda; KATTENBELT, Chiel. Key Issues in Intermediality in Theatre and Performance. In: CHAPPLE, Freda (Ed.); KATTENBELT, Chiel (Ed.). *Intermediality in Theatre and Performance*. Amsterdã e New York: Rodopi, 2006, p. 20. Cf. KATTENBELT, Chiel. *Theatre as the Art of the Performer and the Stage of Intermediality*, no mesmo volume, 2006, p. 32.

De fato, normalmente consideramos que a letra cantada é, em si, música, como o é o som produzido pelos instrumentos acústicos e eletrônicos. A integração das duas mídias básicas em uma canção pop é, realmente, muito profunda, uma vez que ambas são mais ou menos idênticas em relação a três das quatro modalidades. No que diz respeito à quarta, a semiótica, é perfeitamente normal integrar os processos sígnicos simbólico e icônico na interpretação tanto da música quanto da literatura. Os textos são geralmente mais simbólicos, e a música é geralmente mais icônica, mas a combinação e integração de palavras e música estimulam o intérprete a encontrar aspectos icônicos no texto e a realizar as facetas convencionais da música.

A relevância ou não de se falar sobre a combinação e a integração de mídias é, assim, uma questão de grau: mídias que compartilham poucos modos, ou nenhum, como a música e a literatura visual, só podem ser combinadas ou superficialmente integradas⁴⁵, ao passo que as mídias que possuem muitos modos em comum podem ser profundamente integradas. De fato, pode-se afirmar que as mídias que consistem de muitos modos diferentes já são, de alguma forma, “integradas” ou até “mistas”, como mídias isoladas, como enfatiza Mitchell⁴⁶. Entretanto, é imperativo notar que cada mídia é “mista” em termos modais, de maneira tal que é mais ou menos singular, permitindo tipos diferentes de misturas intermediáticas com outras mídias que consistem de combinações modais diferentes⁴⁷.

⁴⁵ Também, uma simples justaposição envolve algum tipo de integração. Se uma imagem e um texto visual são combinados, por exemplo, faz diferença qual deles está acima ou à esquerda do outro.

⁴⁶ Mitchell trabalha com “representação verbal e visual”, por exemplo, em *Beyond Comparison: Picture, Text, and Method* (MITCHELL, 1994).

⁴⁷ Nos trabalhos mais recentes de Mitchell, sua noção de mídias mistas torna-se mais articulada. Em *There are no Visual Media* (MITCHELL, 2005), ele também reconhece abertamente as diferenças entre as mídias e afirma que “se todas as mídias são mistas, não são mistas da mesma forma, com as mesmas proporções de elementos” (p. 260). Este é um passo muito importante em direção à possibilidade da criação de “uma taxonomia das mídias com mais nuances, baseada em proporções sensoriais e semióticas” (p. 264). Entretanto, a relação entre a modalidade sensorial e a semiótica (em minha terminologia) nem sempre fica aparente no relato de Mitchell. Ele argumenta que “as legendas, os intertítulos, o acompanhamento falado e musical tornaram o filme ‘mudo’ qualquer outra coisa que não mudo” (p. 258), mas para mim não fica óbvio de que maneira os subtítulos e os intertítulos quebram o silêncio. Apesar de ser possível levar em conta a subvocalização do perceptor, a diferença básica entre filme mudo e filme sonoro permanece clara e até não ambígua. Sua afirmação de que a

De maneira semelhante, se é razoável ou não falar sobre a mediação ou a transformação de mídias é uma questão de grau. Para que isso seja compreendido de forma adequada, a noção de *mídia técnica*, que já foi utilizada superficialmente, deve ser aprofundada. Defino *mídia técnica* como qualquer objeto, fenômeno físico ou corpo que faz a mediação, no sentido de que “realiza” e “exibe” mídias básicas e qualificadas⁴⁸. Nesse sentido, o papel é uma *mídia técnica*, já que pode mediar palavras escritas, ao passo que uma caneta, que apenas pode produzir, e não exibir palavras escritas, não o é. Uma guitarra, no entanto, que pode produzir e ao mesmo tempo realizar sons musicais também pode ser considerada uma *mídia técnica*, se forem levados em conta principalmente seus aspectos de realização do som⁴⁹. Mídias básicas e qualificadas podem existir somente como ideias sem as mídias técnicas. Uma *mídia técnica* pode, portanto, ser descrita como

fotografia é tão entremeadada com a linguagem “que se torna difícil imaginar o que significaria chamá-la de mídia puramente visual médium” (p. 260) implica que determinado tipo de semiose principalmente simbólica afeta a percepção sensorial, o que obviamente não é o caso. A linguagem simbólica, que pode ser vista diretamente ou então deduzida a partir da tela ou superfície de imagens em movimento ou estáticas, ainda tem origem no visual (e faz efeito apenas em nossos fotorreceptores), apesar de não ser icônica, no sentido semiótico do termo – mas os modos da modalidade semiótica são diferentes daqueles da modalidade sensorial. Apesar de seus signos convencionais, não se pode ouvir, sentir o cheiro ou o sabor nem do filme mudo nem da fotografia – eles podem apenas ser vistos e, de modo rudimentar, sentidos, mas isso dificilmente afeta os aspectos dos textos e da linguagem. A questão importante e principal colocada por Mitchell parece ser enfatizar o fato de as fronteiras modais se tornarem indistintas na percepção das mídias, mas penso que se deve também enfatizar as fronteiras que existem de fato, apesar das operações perceptivas e cognitivas dos receptores.

⁴⁸ Cf. a distinção de Müller entre “condições técnicas” e “produtos de mídia” em MÜLLER, Jürgen E. *Intermedialität: Formen moderner kultureller Kommunikation*. Münster: Nodus Publikationen, 1996, p. 23; ver também p. 81-82.

⁴⁹ O modo como defino a noção de “mídia técnica” é mais limitado do que, por exemplo, a noção de “mídia física” como descrita em *Intermediality and Interarts Studies* (CLÜVER, 2007, p. 30). Os dispositivos utilizados para a realização das mídias, mas não as ferramentas utilizadas apenas para a produção ou o armazenamento das mídias, são mídias técnicas. O pincel e a máquina de escrever são ferramentas de produção separadas das manifestações materiais das mídias e não podem ser consideradas mídias técnicas de acordo com minha definição, apesar de contarem como mídias físicas de acordo com Clüver. Entretanto, óleo sobre tela e tinta sobre papel são mídias técnicas. A flauta e a câmera de vídeo são, parcialmente, ferramentas de produção e dispositivos para a realização de mídias e podem, portanto, ser consideradas mídias técnicas. Algumas mídias técnicas, como tinta sobre papel, tanto armazenam quanto exibem mídias básicas e qualificadas, ao passo que o disco rígido de um computador, que é um dispositivo apenas de armazenamento, não é uma *mídia técnica* no sentido aqui enfatizado.

uma “forma” realizadora, enquanto as mídias básicas e qualificadas são “conteúdo” latente. A conexão crucial entre a “forma” e o “conteúdo” das mídias encontra-se na relação entre a mídia técnica e a modalidade material: a modalidade material de uma mídia consiste de uma interface corpórea latente que pode ser realizada em manifestações reais por mídias técnicas.

Como todas as relações forma-conteúdo, a relação entre mídia técnica e a modalidade material é muito estreita: a distinção teórica pode e deve ser feita, mas na prática as duas não podem ser separadas. Por exemplo, a modalidade material da escultura consiste de (uma ideia de) materialidade estendida, geralmente sólida que pode ser realizada por mídias técnicas como bronze, pedra ou gesso. Como noção abstrata, a escultura não está ligada a mídias técnicas específicas. As esculturas, entretanto, sempre são necessariamente realizadas por certas mídias técnicas como, por exemplo, o metal ou o plástico. Assim, quando falamos de mídia, muitos aspectos estão envolvidos: “uma mídia” pode significar tanto uma mídia básica quanto uma qualificada, com qualidades latentes e uma realização particular de uma mídia básica ou qualificada em uma mídia técnica específica. Geralmente dizemos que tanto “a escultura” quanto “uma escultura” são mídias, apesar de talvez ser mais lúcido dizer que esta é uma instância de uma mídia ou uma “configuração midiática”, nas palavras de Irina Rajewsky⁵⁰. Portanto, a intermedialidade diz respeito tanto a relações abstratas entre mídias básicas e qualificadas quanto a conexões entre aspectos de obras específicas, performances e produtos midiáticos.

Toda mídia técnica pode ser identificada de acordo com a gama de mídias básicas que é capaz de mediar, isto é, que variantes modais das quatro modalidades consegue mediar. As características que definem uma mídia técnica são sua capacidade de realizar interfaces materiais específicas e a capacidade do perceptor de interagir com essas interfaces e com outros usuários da mídia, ao passo que as propriedades técnicas mais ou menos

⁵⁰ Ver Rajewsky em ELLESTRÖM, Lars (Ed.). *Media Borders, Multimodality and Intermediality*. Basingstoke: Palgrave Macmillan, 2010, p. 51-68.

escondidas da mídia técnica (o meio de produção e armazenamento, em sentido amplo) são de interesse secundário no que tange à concepção aqui proposta⁵¹. As *mídias de massa* deveriam ser compreendidas como um tipo de mídia técnica que tem a capacidade de permitir, digamos, “participação simultânea de muitas pessoas em algum padrão significativo de suas próprias vidas corporativas”, como sugere McLuhan⁵². O televisor é um caso elucidativo: é a mídia técnica capaz de mediar uma série de mídias básicas, primordialmente “imagens em movimento”, “textos auditivos” e “som não verbal organizado”, bem como “imagens estáticas” e diversos tipos de “textos visuais”. Há uma diferença decisiva entre a tela do televisor transmitir imagens em cores ou apenas em branco e preto, uma vez que a última limita a gama de interfaces em potencial. Em contrapartida, a diferença de procedimentos entre a tecnologia analógica e a digital não tem importância em si quando a atenção recai sobre a maneira como os sentidos se encontram com o impacto material. O computador, outra mídia técnica, pode mediar as mesmas mídias básicas que o televisor. Além disso, ele oferece a oportunidade de interação com as interfaces materiais e de comunicação com outros usuários. A orquestra é uma mídia técnica que realiza “som não verbal organizado”. O cantor é uma mídia técnica capaz de mediar tanto “textos auditivos” quanto “som não verbal organizado” e, com certeza, “performance corporal”. Um aparelho estereofônico é uma mídia técnica bastante “pura” que faz a mediação – sem produzir – “textos auditivos” e “som não verbal organizado”. Algumas mídias técnicas com-

⁵¹ Em outros contextos, é claro, é vital considerar não só a exibição, mas também a produção e o armazenamento das mídias básicas qualificadas. Ao discutirmos mídias qualificadas como formas artísticas, por exemplo, muitas características distintivas que podem ser consideradas como aspectos qualificadores operacionais estão conectadas à produção e ao armazenamento das mídias. O teatro tradicional ao vivo é produzido e exibido por uma gama de mídias técnicas, sendo os corpos dos atores as mais importantes, mas o teatro não deve e, na realidade, não pode ser armazenado. Uma performance teatral filmada pode ser armazenada; o que está sendo armazenado, de fato, não é a performance, mas uma versão transformada, com qualidades modais e qualificadas muito diferentes. Por outro lado, uma pintura não é produzida por tinta a óleo sobre tela, por exemplo, mas a tinta e a tela armazenam e exibem a pintura. Um filme é armazenado por equipamento técnico que é conectado à tela que exhibe uma cópia do filme, mas, ainda assim, distinto dela.

⁵² 1994, p. 245.

binam a materialidade humana e a não corporal: um homem tocando uma harpa de boca pode ser visto como um *cyborg* que media fusões incomuns de “textos auditivos” e “som não verbal organizado”.

Toda mídia técnica pode mediar totalmente certas mídias básicas e qualificadas, porém mediar outras apenas parcialmente. Portanto, as mídias básicas e qualificadas podem ser midiadas de maneira mais ou menos completa, e com maior ou menor sucesso, por mídias técnicas diferentes. Uma performance teatral pode ser realizada apenas por uma combinação de mídias técnicas como, por exemplo, corpos humanos, uma orquestra e objetos de cena. Um televisor, que media muito bem um filme de longa metragem (exceto pelo tamanho da tela), pode mediar apenas parcialmente uma performance teatral: a complexa interface corporal do teatro, que desperta muitos sentidos, é reduzida a uma tela plana e a uma fonte concentrada de sons, e a espacialidade visual verdadeira, tridimensional é transformada em espacialidade virtual. Uma dança solo é bem mediada por um televisor, não muito bem por fotografias estáticas e apenas de forma radicalmente alterada por um rádio – dependendo das capacidades modais mutáveis das mídias técnicas. É evidente que as mídias qualificadas podem ser midiadas muitas vezes por uma série de mídias técnicas, fenômeno que pode ser chamado de *remediação*⁵³.

Devemos nos lembrar de que alguns termos oscilam de modo ligeiramente confuso ao nomear mídias técnicas e qualificadas. Já afirmamos que o “cinema” não se transformou em cinema, de maneira qualificada, no dia em que a tecnologia foi inventada. O termo “fotografia”, que usei para nomear, de forma vaga, uma mídia técnica, também é o nome de uma mídia qualificada que, na verdade, tem sido mediada por várias mídias técnicas ao longo da história. As câmeras fotográficas são dispositivos técnicos de produção (capazes de registrar a luz, química ou fisicamente) que, podemos dizer, estão

⁵³ Conforme a noção muito mais ampla de remediação em BOLTER, Jay D.; GRUSIN, Richard. *Remediation: Understanding New Media*. Cambridge MA e Londres: MIT Press, 1999.

N. O. Respeitamos aqui a tradução de remediation como remediação, em vista da referência ao termo de Bolter e Grusin e porque não se trata da mesma definição de Elleström, explicitada em artigos deste livro.

ligadas de maneira mais ou menos distante a mídias técnicas com propriedades mutáveis como, por exemplo, folha de cobre folheada a prata, papel fotográfico ou uma tela (de computador ou o *display* da própria câmera).

Certas mídias técnicas podem mediar mídias básicas ou qualificadas que podem *representar* outras mídias técnicas, que é o caso, por exemplo, quando vemos um livro ou um corpo que dança na tela do televisor; mas eu não diria que uma mídia técnica como tal possa ser mediada por outra mídia técnica. A mídia técnica de um corpo pode ser representada na tela do televisor, mas é a mídia qualificada dança que está sendo mediada. De maneira semelhante, ver a representação de um livro na tela tem muito pouco em comum com o ato de interagir fisicamente com um livro, uma vez que a mídia técnica livro não é mediada. Entretanto, as mídias básicas que um livro pode mediar – certos textos visuais e imagens estáticas – também podem ser muito bem midiadas pela tela do televisor. Assim, ver partes de um livro em um programa de televisão pode ser descrito como ver a representação da mídia técnica “livro” mediando certas mídias básicas que, na verdade, também estão sendo midiadas pela mídia técnica “televisor”. De maneira mais direta, a mídia técnica “televisor” media a mídia qualificada “programa de televisão” que representa a mídia técnica “livro”, que media a mídia básica “texto” (visual, verbal, estático). Se pusermos entre parênteses alguns elos da cadeia, também poderemos dizer, corretamente, que a mídia técnica “televisor” media a mídia básica “texto” (visual, verbal, estático).

É, então, importante compreender que mediação e representação são muito próximas, porém distintas. *Mediação* é uma relação entre mídias técnicas e mídias básicas ou qualificadas, ao passo que *representação* (neste contexto) é a relação entre mídias básicas ou qualificadas e o que elas significam (que pode ser quase tudo, inclusive mídias técnicas e outras mídias qualificadas). A questão da representação, assim, pertence à modalidade semiótica, que é apenas um dos muitos aspectos das mídias e da mediação. Às vezes, porém, quando o processo de mediação é muito suave, isto é, quando as modalidades material, sensorial e espaçotemporal não provocam qualquer fricção no procedimento de mediação, a representa-

ção e a mediação parecem se aproximar bastante: uma fotografia de uma paisagem pintada é, definitivamente, uma questão de mediação e, quando se pergunta a alguém o que a fotografia representa, a resposta tende a ser “uma paisagem”, quando realmente representa “uma pintura”: a fotografia media uma pintura que representa uma paisagem. Em mais detalhes: a mídia técnica fotográfica, por exemplo, o papel fotográfico, faz a mediação da mídia qualificada fotografia, que representa a mídia técnica de uma superfície colorida que media a mídia qualificada, digamos, pintura a óleo, que representa uma paisagem. Sem dúvida é mais fácil, e quase sempre suficiente, dizer simplesmente que a imagem fotográfica representa uma paisagem, mas quando lutamos com questões de intermedialidade, não há atalhos!⁵⁴

A relação entre as mídias técnicas e as mídias básicas é, portanto, uma questão de as mídias técnicas serem capazes ou não de mediar certos modos das modalidades. Consequentemente, uma faceta importante da relação entre mídias técnicas e mídias qualificadas é o fato de as mídias técnicas *também* estarem aptas a realizar o aspecto qualificador das características estéticas e comunicativas. Como afirmei anteriormente, todas as mídias qualificadas são caracterizadas por sua origem, delimitação e utilização em circunstâncias históricas, culturais e sociais específicas (o aspecto qualificador contextual). Uma vez que a existência de mídias técnicas específicas é

⁵⁴ A falta de distinção entre várias formas de “representação”, “remediação” e simplesmente “similaridade” talvez seja o maior obstáculo em Bolter & Grusin (1999). Este é um livro muito inspirador, cheio de observações interessantes de muita relevância para os estudos de intermedialidade, mas as noções de mídia e de remediação dos autores são conspicuamente vagas. Sob seu ponto de vista, uma “mídia” parece ser tanto todos os tipos de modalidades, como entendidas na tradição de Kress e van Leeuwen, quanto todos os tipos de mídias como (não) definidas por McLuhan. De acordo com Bolter e Grusin, todos os tipos de mídia podem remediar todos os tipos de mídia, quer sejam técnicas, qualificadas ou outra coisa: “nossa identidade” pode ser remediada pela internet (p. 231), “a imobilidade fatal dos filmes de Antonioni” pode ser remediada por um jogo de computador (p. 268) e “o livro impresso” é remediado pelo hipertexto (p. 272). No fim das contas, seu trabalho constitui uma boa visão da complexidade das relações entre as mídias, mas não fornece ferramentas teóricas para lidar com ela. Cf. SCHRÖTER, Jens. Das ur-intermediale Netzwerk und die (Neu-)Erfindung des Mediums im (digitalen) Modernismus: Ein Versuch. In: PAECH, Joachim (Ed.); SCHRÖTER, Jens (Ed.). Intermedialität Analog/Digital: Theorien – Methoden – Analysen. Munich: Wilhelm Fink, 2008, p. 579–601, cuja noção de ‘Transformational-ontologische Intermedialität’ é gravemente limitada por sua forte associação com a noção de representação (p. 589–90).

uma faceta essencial de cada momento e espaço cultural históricos, todas as mídias qualificadas (ideias qualificadas de midialidade) são mais ou menos fortemente determinadas por mídias técnicas específicas (realizações de midialidade). Algumas mídias qualificadas estão, de fato, fundamentalmente ligadas a mídias técnicas insubstituíveis. Então, as mídias técnicas inevitavelmente desempenham um papel crucial na formação das qualidades estéticas das mídias qualificadas (o aspecto qualificador operacional). A pintura a óleo pode ser descrita como uma mídia qualificada caracterizada não só por certos modos, mas também por qualidades estéticas únicas ligadas à mídia técnica tinta a óleo, que foi inventada e desenvolvida em determinada época e em determinado contexto cultural. De forma semelhante, certos tipos de mídias qualificadas, como jogos de computador, são inconcebíveis sem o recurso das mídias técnicas inventadas recentemente que permitem interação avançada com a interface exibida.

Quando a mediação de mídias básicas e qualificadas através de mídias técnicas sofre restrições impostas pelas competências modais da mídia técnica ou quando a mídia técnica permite expansão modal, isto é, quando a *mediação* provoca *mudanças modais* mais ou menos radicais, ela pode ser descrita como *transformação*. Uma dança solo midiada pelo rádio é drasticamente transformada pela mediação. Posso imaginar duas maneiras de se fazer tal mediação: a dança é transformada em texto auditivo ou em som não verbal organizado. Em ambos os casos, o corpo da(o) bailarina(o), normalmente considerado parte vital da dança, é substituído por ondas sonoras, e o modo visual é substituído pelo auditivo. No caso de a dança ser transformada em texto auditivo, a modalidade espaço-temporal é reduzida primordialmente a um modo temporal e, talvez mais importante, o modo icônico é transformado em modo simbólico.

A mídia qualificada fotografia, midiada por um livro, é outro exemplo de mediação potencialmente radical. Novamente posso imaginar pelo menos duas formas de mediar a fotografia através da mídia técnica livro. Se for reproduzida como imagem, o livro é uma mídia técnica ideal para mediar uma fotografia, bem como outras imagens estáticas, não colocando limi-

tações modais, se comparado à forma como a fotografia é normalmente apresentada. De fato, o livro deve ser visto como uma das mídias técnicas que originalmente determinaram os aspectos qualificadores da fotografia. Se ela for midiada como descrição verbal, o livro oferece a possibilidade de uma mediação suave de textos visuais. Entretanto, o texto visual é, em si, uma transformação radical da fotografia: a espacialidade bidimensional (envolvendo profundidade virtual) da imagem estática primordialmente icônica e indicial foi transformada em espacialidade bidimensional que, por causa do caráter principalmente simbólico do texto visual, também envolve o aspecto temporal da sequencialidade fixa.

Assim, não é necessariamente a mídia técnica que “força” a transformação. A ecfrase, por exemplo, faz parte do hábito generalizado de se transformar mídias básicas e qualificadas em outras mídias básicas e qualificadas, o que às vezes é resultado das restrições modais das mídias técnicas (como no caso de um jogo de futebol ser transmitido pelo rádio) e às vezes é resultado de escolhas estéticas ou comunicativas para tirar proveito de possibilidades modais (como no caso de uma narrativa verbal ser transformada em poema sinfônico ou de um filme ser transformado em jogo de computador). A ecfrase clássica, um poema descrevendo uma pintura, é caracterizada por determinado tipo de transformação midiática: o espaço factual e o tempo virtual da iconicidade visual da pintura estão sendo transformados no espaço virtual dos signos simbólicos sequencialmente organizados do poema.⁵⁵

Obviamente há inúmeros tipos de transformações intermediáticas⁵⁶. Às vezes elas envolvem relações bastante claras e completas entre obras

⁵⁵ Tem havido algum debate sobre as delimitações adequadas da noção de ecfrase. Em BRUHN, Siglind. *Musical Ekphrasis: Composers Responding to Poetry and Painting*. Hillsdale NY: Pendragon Press, 2000, o autor demonstra, de forma convincente, que essa noção possui uma capacidade inexplorada de explicar muito mais do que transformações literárias de imagens. Cf. BRUHN, Siglind (Ed.). *Sonic Transformations of Literary Texts: From Program Music to Musical Ekphrasis*. Hillsdale NY: Pendragon Press, 2008.

⁵⁶ Yvonne Spielmann discute diversas maneiras de compreender a transformação intermidial em SPIELMANN, Yvonne. *Intermedialität: Das System Peter Greenaway*. Munich: Wilhelm Fink, 1998. Entretanto, seus argumentos principais baseiam-se em noções e distinções que acho

de arte específicas ou produções midiáticas, por exemplo, quando determinado artigo de jornal é claramente reconhecível em sua versão na internet (apesar de ser mais curto e de a ele terem sido acrescentados animações e hiperlinks) ou quando um romance pode ser identificado como a fonte de um filme (apesar de a narrativa ter sido resumida e de terem sido acrescentadas qualidades icônicas). Outras vezes é uma questão de traços midiáticos fragmentários e menos definidos que viajam entre os modos e os tipos de mídia, quando, por exemplo, uma forma musical é detectada em um conto ou quando aspectos visuais associados a tirinhas de humor percorrem o caminho até as imagens em movimento dos filmes.

Em seu livro *Intermedialität*, Irina O. Rajewsky trabalha, em níveis diferentes de distinção, com três noções que considero relevantes ao discutir transformação de mídias: transmedialidade (*Transmedialität*, fenômenos que não são específicos das mídias, como a paródia); transposição midiática (*Medienwechsel*, transformações midiáticas como a adaptação) e referências intermediáticas (*intermediale Bezüge*, como a narrativização da música ou a musicalização da ficção).⁵⁷ Essas distinções são valiosas desde que ninguém as force. Na prática, entretanto, nem sempre fica claro quando uma mídia é realmente uma transformação distinta de outra, quando exatamente algumas das fronteiras distintas das mídias foram transgredidas ou que aspectos devem ser considerados como pertencentes a uma ou outra mídia. As transformações intermediáticas podem ser apenas parcialmente descritas como um conjunto fixo de relações midiáticas. Em última instância, é uma questão de hermenêutica: quando são encontrados traços de outra mídia, quer seja uma mídia básica ou uma mídia qualificada específica, às vezes faz

problemáticas por motivos explicados anteriormente neste ensaio: “textualidade” versus “visualidade” e ‘monomídia’ versus “multimídia” versus “intermídia”.

⁵⁷ RAJEWSKY, Irina O. *Intermedialität*. Tübingen and Basel: A. Francke Verlag, 2002, p. 12-13, 16-17. Rajewsky não considera que ‘Transmedialität’ seja um caso de intermídia. Cf. a noção de “tradução intermídia” introduzida por Regina Schober em *Translating Sounds: Intermedial Exchanges in Amy Lowell’s ‘Stravinsky’s Three Pieces “Grotesques”, for String Quartet’*. In: ELLESTRÖM, Lars (Ed.). *Media Borders, Multimodality and Intermediality*. Basingstoke: Palgrave Macmillan, 2010, p. 163-174.

sentido dizer que a mídia inicial é bem reconhecível e que foi transformada na outra mídia. Se a conexão parecer mais frágil, pode ser preferível dizer que uma mídia simplesmente se refere à outra. O único método para decidir se é um caso de transformação “forte” ou de referência “fraca” é a interpretação. Na verdade, até faz sentido falar também em transformação de mídia imaginária. Não há diferença fundamental entre as descrições de, por exemplo, uma fotografia que existe e de uma que não existe. Às vezes a questão mais importante não é determinar a direção da transformação e a relação específica entre as duas mídias, mas sim comparar características, estruturas e formas de significação encontradas em muitas mídias qualificadas, dentro de um contexto histórico específico ou atravessando fronteiras históricas e sociais, onde “circulam” sem serem ligadas a uma ou outra mídia. Esses fenômenos são mais bem captados por noções e conceitos da transmidialidade.⁵⁸

Qual é a conclusão?

O ponto de partida deste ensaio foi a ideia simples de que se a noção de *mídia* não for especificada, a noção de *intermidialidade* não pode ser compreendida adequadamente. As mídias devem ser compreendidas como semelhantes e diferentes, e a noção de *multimodalidade* pode ser utilizada para descrever, de maneira bastante rigorosa, o que são as muitas semelhanças e diferenças. Há quatro *modalidades* que subjazem todas as mídias concebíveis, mas cada

⁵⁸ O termo “circuito de mídias” é revelador. É usado em PUNZI, Maddalena P. (Ed.). *Literary Intermidiality: The Transit of Literature through the Media Circuit*. Bern: Peter Lang, 2007, no qual “intermidialidade” refere-se principalmente a fenômeno aqui caracterizado como a transformação das mídias. Conforme a noção de ironia é transformada nos discursos em diversas artes, como descrito em Elleström (“Divine madness”, 2002), ou a maneira como a narração pode ser compreendida no contexto das diferentes mídias; Marie-Laure Ryan fala sobre “narratologia transmidial” em RYAN, Marie-Laure. Introduction. In: RYAN, Marie-Laure (Ed.). *Narrative Across Media: The Languages of Storytelling*. Lincoln e Londres: University of Nebraska Press, 2004, p. 35. As noções transmidiais de complexidade, integração e ritmo são discutidas como exemplos de “fatores intermidiais” em GREENE, T. M. *The Arts and the Art of Criticism*. Princeton: Princeton University Press, 1940, p. 213-226. Por fim, noções como recepção e interpretação também são transmidiais, é claro, e é vital reconhecer que as estratégias interpretativas, as contextualizações e as maneiras de comunicar o resultado da interpretação atravessam todas as fronteiras das mídias. Este é um ponto crucial em Bal (1991).

uma delas encerra diversos *modos* que variam entre as mídias. Esses modos nem sempre são propriedades facilmente detectáveis. Pelo contrário, encontram-se em uma escala que vai do material ao perceptivo e ao conceitual. Compreender as qualidades modais das mídias não é questão de simples observação; inclui, também, cognição e interpretação.

O modelo apresentado para que as relações intermediáticas sejam compreendidas é concebido *bottom up*. Ao invés de iniciar com uma pequena seleção de mídias estabelecidas e suas inter-relações, que é o método mais usual, parte das modalidades e dos modos compartilhados por todas as mídias. As relações entre as quatro modalidades e os modos mais fáceis de identificar encontram-se na Figura 6.

| Modalidade | O que é a modalidade | Modos mais importantes de cada modalidade |
|-----------------------|--|--|
| Material | Interface corpórea latente da mídia; local em que os sentidos percebem o impacto material | Corpos humanos Outras materialidades demarcadas Materialidade não demarcada |
| Sensorial | Atos físicos e mentais de percepção da interface da mídia através dos sentidos | Visão Audição Tato Paladar Olfato |
| Espaçotemporal | Estruturação da percepção sensorial da interface material em experiências e concepções de espaço e tempo | Espaço manifestado na interface material Espaço cognitivo (sempre presente) Espaço virtual Tempo manifestado na interface material Tempo perceptivo (sempre presente) Tempo virtual |
| Semiótica | Criação de significado na mídia concebida em termos espaçotemporais por meio de diferentes tipos de raciocínio e interpretação de signos | Convenção (signos simbólicos) Semelhança (signos icônicos) Contiguidade (signos indiciais) |

Figura 6. As modalidades e modos das mídias.

Além das modalidades, devem ser considerados dois aspectos qualificadoros para compreendermos a noção de mídia. O *aspecto qualificador contextual* contempla a origem, a delimitação e a utilização da mídia em circunstâncias históricas, culturais e sociais específicas. O *aspecto qualificador operacional* contempla as características estéticas e comunicativas das mídias.

O que proponho chamar de *mídias básicas* é definido pelas quatro modalidades, ao passo que as *mídias qualificadas* são definidas pelas quatro modalidades e pelos dois aspectos qualificadores. Todas as mídias qualificadas se baseiam em uma ou mais mídias básicas.

Assim, relações intermediáticas podem ser encontradas tanto entre mídias básicas quanto entre mídias qualificadas. Consequentemente, as relações intermediáticas incluem relações modais e relações qualificadas baseadas em convenções e em uma gama de circunstâncias que mudam ao longo da história. Além disso, a intermedialidade consiste de mídias básicas e qualificadas como tal e de obras e performances específicas. As relações intermediáticas foram aqui categorizadas em muitos sistemas intrincados, mas para a finalidade deste ensaio considero suficiente fazer a diferenciação dividindo-as em dois tipos principais, cada um com diversas variantes convergentes: por um lado, *combinação e integração* de mídias e, por outro, *midiação e transformação* de mídias. Dependendo de seu caráter modal e, até certo ponto, também de suas propriedades qualificadoras, as mídias podem ser tanto combinadas de maneira bastante livre, quanto integradas de maneira muito próxima. As mídias que consistem de muitos modos são, de certa forma, “integradas” por natureza.

As mídias básicas e qualificadas devem ser compreendidas como abstrações que necessitam das *mídias técnicas* para serem realizadas materialmente. A modalidade material é a interface corpórea latente de um tipo de mídia que pode ser realizada em manifestações reais através de mídias técnicas. A relação entre mídias técnicas e mídias básicas é, consequentemente, uma questão de mídias técnicas serem ou não capazes de mediar certos modos, e todas as mídias técnicas devem ser definidas em relação à gama de mídias

básicas que têm a capacidade de mediar. Quando a mediação envolve mudanças modais mais ou menos radicais, pode-se dizer que ela envolve transformação.

Sem dúvida há outros tipos de relações intermediáticas que ainda não se encontram em meu modelo, mas podem ser compatíveis com ele. Por exemplo, as relações entre várias mídias técnicas, independentemente de seu “conteúdo” mediado, podem ser descritas, em parte, em termos de diferenças modais. Nem é preciso dizer que os muitos exemplos abstratos de características das mídias e de relações intermediáticas que esse modelo discute brevemente forçaram algumas simplificações bruscas, mas a minha intenção foi menos circunscrever, com exatidão, certas características das mídias e relações intermediáticas do que oferecer um modelo e um método rudimentar para isso.

O que é uma mídia? Penso que a confusão em torno desta pergunta – e a incompatibilidade de muitas das respostas sugeridas – seja causada, em grande parte, pelas abordagens díspares de diferentes acadêmicos e de tradições de pesquisa. Os aspectos técnicos, bem como os modais e qualificadores, foram enfatizados de formas diversas e, com frequência, exclusivas, na busca por definições da noção de mídia que sejam mais restritas e, portanto, passíveis de serem utilizadas com mais eficiência.⁵⁹ Uma alternativa foi apoiar-me em concepções abertas e instigantes de mídia, porém de trato difícil no contexto da intermedialidade. A vantagem de se ver uma mídia como um complexo de facetas inter-relacionadas – os aspectos técnicos, modais e qualificadores – é que essa noção estabelece certos limites e, ao mesmo tempo, incorpora a maioria das visões mais reais da midialidade.

O que é multimodalidade? Dizer que uma mídia é multimodal se combinar, por exemplo, materialidade sólida, visualidade, espacialidade e iconicidade é um truísmo, uma vez que simplesmente não existem mídias que não sejam realizadas por pelo menos um modo de cada modalidade. A multimodalidade em sentido mais qualificado deve significar, portanto, que uma mídia inclui vários modos dentro da mesma modalidade. Entretanto, todas as mídias

⁵⁹ Este problema é enfatizado em Müller (1996), p. 81-82.

são pelo menos ligeiramente multimodais no que tange às modalidades espaçotemporal e semióticas, ao passo que algumas mídias são multimodais no nível de todas as quatro modalidades. Pode-se então argumentar que a multimodalidade está muito ligada a realmente se observar e enfatizar as características multimodais muito comuns e perfeitamente normais das mídias. Com certeza a multimodalidade é um fenômeno muito geral que também pode ser estudado fora do contexto das mídias.

O que é, então, intermedialidade? As inúmeras relações intermidiáticas possíveis dentro das mídias e entre elas foram discutidas em algum detalhe até aqui, e penso que tenha ficado claro que a intermedialidade é uma noção que não pode ser compreendida sem as noções de modalidade, modo e multimodalidade. A intermedialidade pode ser descrita como “relações intermodais nas mídias” ou como “intermultimodalidade”. Não espero que esses termos terríveis recebam aceitação geral, mas penso que faz sentido ver a intermedialidade como um conjunto complexo de relações entre mídias, que sempre são mais ou menos multimodais.

Hesitei em descrever certos tipos de mídias como intermediais “em si mesmas”. Muitas mídias, senão todas, são realmente multimodais “em si mesmas”, mas quando os aspectos qualificadores são considerados, as coisas ficam mais complexas. As mídias caracterizadas por forte multimodalidade podem ser consideradas intermediais em si mesmas no sentido de que certas “fronteiras” modais são cruzadas. Entretanto, o teatro e os jogos de computador, dois exemplos de mídias fortemente multimodais, são compreendidos convencionalmente e bem definidos como mídias qualificadas. Então, nesse sentido, são mídias articuladas ao invés de exemplos de cruzamentos intermediais pronunciados de fronteiras convencionais, apesar de podermos dizer que são a fusão de numerosas mídias qualificadas que também existem por si mesmas: a música, por exemplo. É, assim, necessário reconhecer que as mídias qualificadas são circunscritas convencionalmente, mas também devemos entender que as circunscrições das mídias qualificadas em si mesmas criam redes de fronteiras convencionais das mídias. Todas as mídias qualificadas se sobrepõem, e algumas mídias

convencionais são totalmente abrangidas por outras (mídias convencionais). Consequentemente, a noção de que a intermedialidade é o cruzar de fronteiras convencionais das mídias não ajuda muito.

O fato é que tanto a multimodalidade quanto a intermedialidade são encontradas por toda parte. Pode-se dizer que *tudo* é intermedial e multimodal, o que é realmente verdadeiro de certa forma, mas isso pode nos levar perigosamente muito perto de dizer que *nada* é intermedial ou multimodal. Diante do fato de que as mídias qualificadas são entidades que mudam, ainda penso ser mais proveitoso sustentar a ideia de que toda “midualidade” envolve “intermedialidade”. Não acredito que seja necessário ou mesmo possível circunscrever um corpus específico de obras intermidiáticas ou um conjunto de relações fixas entre as mídias, apesar de considerar valiosos muitos dos sistemas acadêmicos de “obras” e “relações” intermidiáticas.⁶⁰ Evidentemente é essencial discutir que mídias e que relações entre mídias podem ter relevância intermidiática específica, mas considero inútil tentar estabelecer fronteiras claras: seu destino é serem atravessadas. Quem imaginaria, hoje, decidir quais são as delimitações exatas da “arte” ou até da “arte visual” para estabelecer a área de investigação para historiadores da arte? Quem desejaria que os objetos da “cultura popular” fossem bem definidos a fim de se fazer uma seleção deles para serem, digamos, interpretados pelos estudos culturais? A natureza das relações entre as mídias aqui descritas é, portanto, apenas aproximadamente exata, e devemos entender que essas relações podem ser discriminadas apenas até certo ponto. A análise intermedial não pode viver sem sua irmã gêmea, a interpretação intermedial. A intermedialidade é, portanto, uma questão de relações intermidiáticas específicas, mas é, também, e talvez primordialmente, eu diria, uma questão de se *estudar* todos os tipos de mídias com um alto grau de consciência das suas modalidades e das cruciais diferenças e semelhanças modais entre as mídias. O que

⁶⁰ Cf. a esclarecedora visão geral de pontos de vista e questões intermediais em RAJEWSKY, Irina O. *Intermediality, Intertextuality, and Remediation: A Literary Perspective on Intermediality, Intermédialités*, v. 6, 2005, p. 43-64.

torna importantes os estudos de intermedialidade é o fato de oferecerem *insights* sobre a natureza midial de *todas* as mídias, e não sobre apenas uma seleção de mídias periféricas.⁶¹ Os objetos dos estudos de intermedialidade podem muito bem ser, por exemplo, mídias que foram categorizadas como “intermediais” por si mesmas, mas que também podem ser o que se chama de mídias “normais”. O resultado dos estudos não depende tanto dos seus objetos, mas da maneira como esses estudos são executados. Alguns estudos sobre poemas concretos ou jornais podem ser totalmente desprovidos de relevância intermediática, ao passo que outros estudos de textos em prosa ou de fotografias podem estar repletos de aspectos intermediais.

⁶¹ Isto é muito enfatizado por BRUHN, Jørgen. Heteromedia. In: ELLESTRÖM, Lars (Ed.). *Media Borders, Multimodality and Intermediality*. Basingstoke: Palgrave Macmillan, 2010, p. 225-236.

REPRESENTAÇÃO MATERIAL E MENTAL: PEIRCE ADAPTADO AO ESTUDO DAS MÍDIAS E DAS ARTES¹

Material and Mental Representation: Peirce Adapted to the Study of Media and Arts

TRADUÇÃO DE SABRINA SCHNEIDER

INTRODUÇÃO

Enquanto as ideias semióticas de Charles Sanders Peirce têm sido amplamente aplicadas no estudo das mídias e das artes, esse uso é geralmente restrito à sua mais famosa – e, comprovadamente, também mais funcional e produtiva – tricotomia: a divisão dos tipos de signo em ícones, índices e símbolos. Embora popular e fácil de ser usada de uma maneira superficial, essa tricotomia está inserida num sistema semiótico complexo, e profundamente relacionada a outras noções semióticas que Peirce elaborou e consecutivamente transformou ao longo de várias décadas de pesquisa. O problema maior para pesquisadores das mídias e das artes, além do status fragmentário das obras de Peirce e, às vezes, da notável falta de coerência em sua terminologia, é que as ideias semióticas inovadoras do pensador norte-americano foram desenvolvidas dentro dos quadros da lógica e da matemática. Enquanto muitas de suas noções são adequadas para explicar os mecanismos da produção de sentido nas mídias e nas artes, outras são claramente redundantes e passíveis de confundir, em vez de

¹ Publicado em inglês em *The American Journal of Semiotics* 30, 2014:1/2.

esclarecer. Por um lado, o objetivo da lógica e da matemática é encontrar formas de raciocínio e explicação que conduzam a verdades que sejam tão sólidas e inequívocas quanto possível. Por outro, o estudo das mídias e das artes almeja explicar a tanto subjetiva quanto intersubjetiva – às vezes ambígua – complexa rede de significados que resulta da informação produzida por diferentes tipos de mídia, tais como programas de televisão, romances, comerciais, óperas, fotografias, matérias jornalísticas, pinturas, websites, discursos, gestos, poemas e canções *pop*.

A semiótica, indubitavelmente, tem a capacidade de abarcar todas essas e ainda outros tipos de mídias, além da lógica, da matemática e muito mais, e acredito que o quadro semiótico de Peirce oferece uma base convincente para uma disciplina tão geral. Ao passo que muitos de seus escritos são de fato devotados a questões mais ou menos irrelevantes para o estudo das mídias e das artes, outras facetas semióticas que são essenciais para esse campo são claramente minimizadas por Peirce, principalmente a questão da materialidade. O aspecto material dos signos é, evidentemente, de interesse marginal para lógicos e matemáticos, para quem apenas os resultados cognitivos são importantes. Esse não é o caso no estudo das mídias e das artes, que precisa levar em conta todos os aspectos da mediação a fim de compreender as semelhanças e diferenças significativas entre os tipos de mídia, quando se trata da criação de sentido.

O objetivo deste artigo é adaptar a semiótica de Peirce ao estudo das mídias e das artes. Referir-me-ei extensivamente a fontes originais e compilarei metodicamente passagens de texto, inter-relacionadas, que se encontram espalhadas nos extensos e fragmentários escritos de Peirce, a fim de rastrear tanto coerência quanto inconsistências em algumas de suas noções semióticas mais centrais. Farei a diferenciação entre maneiras divergentes de formação de conceito, apontarei alguns pontos fracos e, em certa medida, criticarei noções peirceanas que podem ser ou muito estreitas ou muito amplas para serem de real utilidade ao estudo das mídias e das artes. Todavia, primeiramente, irei sugerir meios construtivos de compreender as ideias de Peirce, que são amiúde

ambiguamente formuladas; e, fazendo isso, introduzir algumas noções novas, com a intenção de realçar os aspectos cruciais da semiose. Todas essas noções serão relacionadas umas às outras de um modo sistemático e, espera-se, lúcido, que se distinga substancialmente de tentativas prévias de desenvolver as noções de Peirce na direção dos estudos das mídias e das artes (Cf. SANTAELLA BRAGA, 1988a). Também irei sugerir uma terminologia consistente e uma maneira de formar diagramas que demonstrem, iconicamente, as relações entre as noções.

O resultado de tudo isso será um modelo básico para o estudo semiótico das mídias e das artes, assim como, espera-se, de outras áreas: o modelo de representação material e mental (RMM). O modelo RMM visa a esclarecer algumas das complexas relações entre os aspectos material e mental da semiose, dentro de uma moldura peirceana modificada. Esse modelo requer uma distinção claramente formulada entre o material e o mental, e uma maneira de descrever a relação íntima entre eles, algo que falta em Peirce e, no meu entender, na semiótica moderna em geral.

Há algumas questões peirceanas que não irei abordar. Peirce gostava de divisões tripartites de tipos e noções, algumas das quais acredito serem indispensáveis e altamente úteis. Entretanto, muitas dessas divisões e noções não me convencem de modo algum, e não irei tecer comentários sobre aquelas que não são relevantes para os propósitos deste artigo. Partindo do fato de que muitas das tricotomias mudaram na forma como apareceram ao longo dos anos, pode ser que o próprio Peirce se sentisse menos seguro em relação a elas; todavia, ele nunca desistiu da ideia de relacionar uma ampla gama de classificações de signos entre si, em um sistema extenso e abrangente— um objetivo que, no fim, ele não chegou perto de concretizar. Ele começou construindo sistemas de 10, 28 ou 66 tipos de signos, e mais tarde em sua vida reconheceu que há pelo menos:

dez aspectos segundo os quais os Signos podem ser divididos [...] já que cada um desses aspectos acaba por ser uma tricotomia, segue-se que, a fim de decidir que classes de

signos resultam deles, eu tenho 3^o, ou 59049, questões difíceis para considerar cuidadosamente; e, portanto, não me comprometerei a levar minha divisão sistemática de signos adiante, mas deixarei tal tarefa a futuros exploradores (1908b, p. 232; Cf. c.1903, p. 146-152; 1906, p. 413-415, 422-423; 1908a, p. 886-887; 1908b, p. 233-245; 1909c, p. 868).

Enquanto sou muito favorável ao pensamento sistemático, não consigo ver o objetivo de tal divisão, e não aceitarei o convite de Peirce para considerar essas 59.049 questões. Prefiro pensar os signos em termos de funções e características que podem se sobrepor e estar presentes em diferentes graus, o que implica que a sistematização é necessária e útil até certo ponto, mas inútil se levada muito longe; como o próprio Peirce constantemente enfatiza, a semiótica tem tudo a ver com mentes que interpretam, e todas as atividades mentais estão profundamente enredadas umas nas outras. A meu ver, as ideias semióticas de Peirce estão divididas entre sua ambição de ser extremamente sistemático, como um lógico, e seus profundos insights sobre a complexidade hermenêutica do processo geral de construção de sentido. Isso cria, em seus escritos, uma tensão entre, de um lado, uma noção dos signos um tanto estática e quase atomística (os signos são tratados como unidades que podem e deveriam ser classificadas de um modo preciso); e, de outro, uma noção dos signos dinâmica e relacional (os signos são reconhecidos como resultantes da complexa e elusiva atividade mental).

Enquanto esses dois pontos de vista não são absolutamente conciliáveis, provocam algum atrito. No contexto das mídias e das artes, eu acho útil enfatizar o segundo modo de compreender os signos. Ainda que Peirce esteja certamente longe de afirmar que um signo pode ser qualquer coisa que alguém possa desejar chamar de signo, ele enfatiza constantemente o papel crucial da atividade mental na semiose – embora a atividade mental possa ser mais ou menos ditada por fatores externos. Já em seus primeiros escritos sobre semiótica, ele afirma que “a função representativa de um signo” passa a ter existência em “um pensamento”;

coisas que “não são vistas como tal” não são realmente signos – apenas signos em potencial (1868a, p. 171). Ele também sugere que nada é “realmente um signo a menos que seja usado como tal; isto é, a menos que seja interpretado como pensamento e se dirija a alguma mente” (c.1873, p. 217). Uma de suas mais famosas definições de um signo realça que “um signo, ou representâmen, é algo que está no lugar de algo para alguém em algum aspecto ou capacidade” (c.1897, p. 135). Assim, a fim de um signo vir à existência, deve haver “alguém” que apreenda alguma espécie de qualidade ou relação; “nada é signo a não ser que seja interpretado como signo” (1902d, p. 172; Cf. 1902, p. 155, 1902e, p. 396-397, c.1903b, p. 256).

Embora Peirce tenha expandido o campo da semiose nos seus escritos tardios, de uma forma que tornou mais complicada sua noção de mente e, também, permitiu a inclusão, por exemplo, de plantas como agentes semióticos (1904, p. 226-227; NÖTH, 2011, p. 463), o papel da mente interpretante ainda é importante nas suas últimas definições de signos e representação (1908b, p. 233-234; 1909b, p. 233). No presente artigo, com foco nas mídias e nas artes, acredito que seja razoável confinar a semiose à esfera da mente humana. O funcionamento dos signos, como eles são entendidos aqui, requer “consciência inteligente”, como Peirce colocou certa vez (1902a, p. 169).

Antes de concluir esta introdução, explicarei meu uso de alguns termos centrais. Considero *produtos de mídia* como ferramentas comunicativas, no sentido mais amplo de comunicação, incluindo obras de arte. Enquanto há muitas maneiras de classificar tipos de mídia, produtos de mídia individuais são sempre objetos materiais ou fenômenos (seja na forma de, digamos, objetos sólidos ou vibrações do ar), que precisam ser percebidos por um ou vários de nossos sentidos². Quando eu escrevo *mídiação* eu quero dizer o processo através do qual algum tipo de conteúdo de mídia é percebido³ materialmente. Entretanto, o mesmo termo, quando usado

² Ver, neste livro, “As modalidades das mídias”.

³ N.O. É problemática a tradução do verbo *to realize*. Entendemos que, diferentemente de tornar real – que evocaria a obnubilosa noção de realidade –, aqui, a ideia de “a technical medium

por Peirce, refere-se a um tipo específico de relação entre os constituintes do signo; isso será discutido mais detalhadamente a seguir. Esses dois usos do termo são, conseqüentemente, incompatíveis.

O termo *semiose* é empregado para denotar a mais ampla e menos estrita noção de atividade sígnica e uso do signo. É um termo guarda-chuva para tudo que envolva signos, que pode ser aplicado quando não há necessidade de precisão. O próprio Peirce utiliza o termo apenas esporadicamente, sem nunca conceder a ele um lugar proeminente ou particularmente específico em seu vocabulário (algo próximo a uma definição é encontrado em c.1907, p. 332).

A seguir, discutirei os termos *significação* e *representação* minuciosamente, relacionando-os a noções específicas. Sinteticamente, tomo *significação* como o processo de criação de significado. Enquanto a *significação* é sempre um processo mental, também pode incluir aspectos materiais; por exemplo, a mente pode perceber informação midiada por produtos de mídia. *Representação*, como eu defino, é uma parte fundamental da *significação*, juntamente com aquilo que chamarei de *neoapresentação*.

O termo *mental* deve ser entendido como em referência a tudo aquilo que se relaciona à mente. *Mente* deve ser compreendido como um termo que denota consciência (humana) que se origina no cérebro e se manifesta particularmente em percepção, emoção, pensamento, raciocínio, vontade, julgamento, memória e imaginação. A *cognição* é entendida como aqueles processos mentais que estão envolvidos na aquisição do conhecimento e da compreensão, incluindo, entre outras funções de alto nível do cérebro, o pensar, o lembrar, o solucionar problemas, o planejar e o julgar.

Primeiramente, farei um escrutínio dos três constituintes do signo de Peirce e suas inter-relações: o representâmen, o objeto e o interpretante.

realizing some sort of media content" diz respeito a tornar possível que esse conteúdo seja percebido [por um perceptor] através do suporte técnico, questão aprofundada no artigo "Um modelo de comunicação centralizado na mídia". Também é interessante citar a perspectiva de observação: a partir do produtor de mídia, *to realize* pode significar realmente realizar, produzir, criar, tornar, nesse sentido, real, porque materializado.

Em seguida, sugerirei uma nova abordagem das inter-relações desses três constituintes do signo, que se manifestará em uma distinção entre representação e neoapresentação. Continuarei com a discussão crítica dos três tipos de representação e suas inter-relações – iconicidade, indicialidade e simbolicidade –, que irá preparar o terreno para a apresentação do modelo RMM. O artigo será concluído com alguns comentários sobre a ideia peirceana de série sígnica.

Representâmen, objeto e interpretante – os constituintes do signo e suas inter-relações

A terminologia de Peirce oscila. Quando ele introduz um termo novo, não se sabe se ele irá se referir à mesma noção em passagens posteriores que discutam a mesma questão, ou a alguma outra, talvez intimamente relacionada. O leitor de Peirce também precisa estar preparado para aceitar que vários termos podem ser usados para denotar a mesma, ou quase a mesma, noção. O resultado disso é que pode haver fortes desacordos sobre como interpretar as ideias de Peirce. Apesar dessas dificuldades, algumas complicações podem ser desfeitas com a ajuda de estudos cuidadosos do desenvolvimento do pensamento de Peirce ao longo dos anos.

Em um estudo exemplar, Winfried Nöth (2011) pesquisou como Peirce usa termos como *signo*, *representação*, *representâmem* e *midiação*, como as variações em sua terminologia podem ser relacionadas, pelo menos em parte, ao desenvolvimento de suas ideias sobre a semiótica. Entretanto, fidelidade máxima a Peirce não é meu objetivo, então eu tomarei a liberdade de às vezes me afastar dos usos de termos preferidos de Peirce.

A ideia mais fundamental na semiótica de Peirce é a noção de um signo tripartido; em outras palavras, uma relação tripartite na qual o signo está inscrito. Essa é a base sobre a qual o restante de suas noções de semiótica está construído. Embora as primeiras versões de sua concepção triádica antecipem claramente a forma um tanto fixa que surgiria mais tarde, suas terminologias ficam suspensas no ar (1867; 1868a, p. 169; 1885, p.

210-211). Quando surgem versões elaboradas da concepção triádica do signo, baseadas em uma terminologia mais consistente, algumas vezes elas incluem, na verdade, quatro componentes:

um signo, ou representâmen, é algo que está no lugar de algo para alguém, em algum aspecto ou capacidade. Ele se dirige para alguém, isto é, cria, na mente dessa pessoa, um signo equivalente, ou talvez um signo mais desenvolvido. Chamo o signo criado de *interpretante* do primeiro signo. O signo está no lugar de algo, seu *objeto*. Ele substitui esse objeto não em todos os aspectos, mas no que diz respeito a uma espécie de ideia, à qual tenho chamado, às vezes, de *fundamento* do representâmen [...] Cada representâmen, portanto, [está] conectado a três coisas, o fundamento, o objeto e o interpretante (c.1897, p. 135).

Além dos três componentes (o “representâmen” está no lugar de um “objeto” e cria um “interpretante” na mente de uma pessoa), Peirce também toma o “fundamento” como sendo uma das coisas com as quais o representâmen está “conectado”. O fundamento é o que motiva a conexão entre representâmen e objeto; ele é “uma espécie de ideia”. Enquanto o fundamento pode claramente ser tratado como um quarto constituinte do signo, Peirce preferiu, mais tarde, discutir o fundamento em termos de tipos de relação entre representâmen e objeto. Esses tipos de relação representâmen-objeto são examinados minuciosamente em seguida, na seção sobre iconicidade, indicialidade e simbolicidade.

Peirce apresenta dois termos alternativos para o primeiro constituinte do signo: *signo* e *representâmen*. Nas passagens citadas, de 1897, bem como nas citações que seguem, eles parecem ser usados como sinônimos.

Mesmo que a estrutura tripartite seja claramente visível, e geralmente afirmada de maneira explícita, em todas as outras definições e discussões do signo por Peirce há, frequentemente, sombras de possíveis quartos elementos. Em uma passagem, a “Qualidade” parece ser a mesma coisa que

o fundamento: algo que determina a relação representâmen-objeto: “um *signo* é qualquer coisa que está relacionada a uma Segunda coisa, seu *Objeto*, no que diz respeito a uma Qualidade, de modo a evocar uma Terceira coisa, seu *Interpretante*, em relação ao mesmo Objeto” (1902f, p. 51). Em outra passagem, Peirce parece introduzir ainda outro possível constituinte do signo. Aqui, afirma-se que o signo está relacionado a três coisas: “aquilo de que ele está no lugar é chamado seu *objeto*; o que ele transmite, seu *significado*; e a ideia que ele desperta, seu *interpretante*” (s.d, p. 171). Talvez esse quarto constituinte, o significado, possa ser visto como uma versão específica do interpretante. Como veremos em seguida, Peirce, eventualmente, veio a entender o interpretante de muitas formas diferentes.

De modo geral, a noção de uma estrutura *sígnica* tripartite predomina indubitavelmente. Enquanto os termos *signo* e *representâmen* são usados para denotar o mesmo constituinte do signo, os termos *objeto* e *interpretante* estão, cada um, claramente conectados às suas próprias noções. A fraseologia de Peirce muda constantemente, mas está claro que explicações breves como “um signo é algo, A, que denota algum fato ou objeto, B, para um pensamento interpretante, C” (1903c, p. 177) apontam para o mesmo que definições mais elaboradas da tricotomia. Por exemplo:

Uma representação é aquele caráter de uma coisa em virtude do qual, para produzir um certo efeito mental, ela pode ficar no lugar de outra coisa. A coisa que possui esse caráter eu chamo de *representâmen*; o efeito mental, ou pensamento, seu *interpretante*; a coisa no lugar da qual ela está, seu *objeto* (c.1899, p. 303).

Peirce também tende a ver uma ordem específica entre os três constituintes: “um REPRESENTÂMEN é um sujeito de uma relação triádica COM um segundo, chamado seu OBJETO, PARA um terceiro, chamado seu INTERPRETANTE” (1903c, p. 285). Penso que essa forma de ordenar os três constituintes do signo é frutífera e, portanto, irei, primeiramente, dirigir um breve olhar ao representâmen, e depois ao objeto e ao interpretante.

O representâmen é aquilo que significa, representa ou denota: ele “fica no lugar de algo para alguém, em algum aspecto ou capacidade” (c.1897, p. 135). Como ele possui um certo “caráter”, ele fica “no lugar de outra coisa” a fim de produzir “um certo efeito mental” (c.1899, p. 303); ele “denota” outra coisa (1903c, p. 177); ele “fica no lugar de um objeto independente de si mesmo” (1903c, p. 284); e é “um veículo que transporta para a mente algo de fora” (s.d, p. 171). Nessas passagens, *representâmen* ou *signo*, ou ambos os termos, são usados sem especificações.

Durante alguns anos, no entanto, Peirce discute a possibilidade de realmente distinguir entre, de um lado, representâmens que estão conectados a interpretantes mentais criados por mentes humanas (representâmens que são signos) e, de outro, representâmens que não estão conectados a interpretantes mentais (representâmens que não são signos); a categoria do representâmen seria, então, a categoria mais ampla, incluindo tanto signos quanto não signos. Na verdade, a noção de representâmen nesse sentido estendido, incluindo casos em que os representâmens não estão conectados a interpretantes mentais, é tão abrangente que parece um tanto inadequada, em relação à maior parte das circunscrições peirceanas da tricotomia representâmen-objeto-interpretante. Ainda assim, Peirce sugere que “um *Signo* é um Representâmen com um Interpretante mental. Possivelmente, pode haver Representâmens que não sejam Signos” (c.1902, p. 156). Em outra passagem, ele diz que “todos os signos transportam noções para *mentes humanas*; mas eu desconheço motivo para cada representâmen fazê-lo” (1903c, p. 285). Peirce formula a mesma ideia de forma menos hesitante quando afirma que “um Signo é um representâmen do qual algum interpretante é a cognição de uma mente” (c.1903, p. 142), e que *representâmen* é “um termo mais geral e preciso” que *signo* (c.1903a, p. 359).

Não há dúvida, portanto, de que Peirce não apenas usou os termos *representâmen* e *signo* para denotar o primeiro constituinte do signo, mas também de que, por um tempo, empregou-os claramente para denotar uma noção mais abrangente e outra mais estrita, ainda que a noção mais abrangente implique uma forma modificada de compreender a tricotomia

representâmen-objeto-interpretante. No meu ponto de vista, não há qualquer vantagem em sustentar uma distinção entre uma noção mais abrangente e outra mais estrita do primeiro constituinte do signo. Se alguém deseja manter em aberto a opção de interpretantes não mentais, essa característica particular pode simplesmente ser especificada como um traço peculiar do interpretante. Acho mais fácil – e sinto que isso não conduz a qualquer perda de precisão – usar o termo *representâmen* consistentemente para denotar o primeiro constituinte do signo, sem levar em conta o tipo de interpretante ao qual ele está conectado. Postulo, portanto, esse uso do termo.

O segundo constituinte do signo é consistentemente chamado de *objeto* por Peirce, e é, sem falha, definido como “a coisa denotada” (1885, p. 210), a “coisa significada” (c.1885, p. 196), ou aquilo de que o representâmen “está no lugar” (c.1897, p. 135; Cf. c.1899, p. 303). Peirce também sugere que não há signo, a menos que seu objeto “seja ele mesmo da natureza de um signo ou pensamento” (1903c, p. 284). Entendo que isso signifique que, mesmo naqueles casos em que se pode dizer que um representâmen se refere a um objeto externo, esse objeto está também necessariamente presente na mente na forma de um pensamento; se o objeto não fosse parte de uma representação mental, seria impossível conectá-lo ao representâmen – de certo modo, o pensamento do objeto é o objeto (Cf. a distinção de Peirce entre o objeto imediato e o dinâmico, que será discutida adiante).

Penso que esse conceito é importante para percebermos se essa é ou não uma interpretação plausível da passagem de Peirce citada, e a ideia de objetos mentais será uma parte importante do modelo RMM. A sugestão de Peirce de que os objetos devam, na verdade, ser conhecidos em algum sentido pelo intérprete é outra ideia imperativa que raramente é enfatizada pelos comentadores de Peirce, mas claramente formulada em alguns de seus textos tardios, nos quais ele repetidamente ressalta a importância da “observação colateral” e da “experiência colateral”, que são independentes da “ação do Signo” e “não fazem parte do Interpretante” (1909d, p. 135-136). Assim, não se trata de uma questão de experiências ou ideias que resultam da ação sgnica na qual o objeto se torna envolvido,

mas de pré-requisitos para esta ação sígnica específica. A experiência colateral  necessria para estabelecer uma conexo com o objeto: É a informao prévia, pode-se dizer, que  necessria para apreender o objeto. Um representmen no pode estar no lugar da noo de paz, por exemplo, se o intérprete j no estiver familiarizado com essa noo. Peirce define observao colateral como “conhecimento prévio daquilo que o signo denota” (1909d, p. 136); “para conhecer o Objeto, o requisito é a experiência prévia daquele Objeto Individual” (1909d, p. 137; Cf. 1909, 1909a, 1909d, p. 138-139; 1910). Enquanto Peirce no desenvolve particularmente as implicaes desse pensamento, acho isso fundamental para construir a constelao tridica representmen-objeto-interpretante; voltarei a isso em detalhe mais adiante neste artigo.

O interpretante, terceiro constituinte do signo, é um elemento essencial e prolífico da semiótica de Peirce, e talvez o mais problemtico na tride. Entretanto, a espinha dorsal de todas as discussões sobre o interpretante compreende a noo de algo sendo produzido na mente, relacionado ao pensar e ao interpretar. Como regra, o interpretante é compreendido como um efeito ou resultado mental. Em alguns de seus textos bem iniciais, Peirce descreve trides como “o signo, seu objeto e a mente” e “*signo, coisa significada, cognio produzida na mente*” (1885, p. 210; c.1885, p. 196). Além disso, o interpretante é caracterizado como “um pensamento interpretativo” (c.1896, p. 256; Cf. 1903c, p. 176-177), como um “talvez... mais desenvolvido” novo signo “na mente” de alguém (c.1897, p. 135), como “o efeito mental, ou pensamento” (c.1899, p. 303), como “resultado adequado do significado” (c.1907, p. 325), como “um anlogo próximo de uma modificao de consciência” (c.1907, p. 332) e simplesmente como a “interpretao” de um signo (1909d, p. 139).

Desde o início do pensamento semiótico de Peirce, fica claro que o interpretante diz respeito ao fazer sentido: É um fenômeno ou entidade mental, com ênfase na cognio. Tanto em um dos primeiros quanto em um dos últimos textos semióticos de Peirce, o interpretante é descrito em termos de criao de unidade: “uma vez que h múltiplas impressões,

temos uma sensação de complicação ou confusão [...] a referência a um interpretante surge a partir da junção de impressões diversas” (1867, p. 293-294); “a formação do interpretante [consiste principalmente em juntar] os diferentes sujeitos, já que o signo os representa como relacionados” (1909d, p. 136-137). O interpretante pode, portanto, ser entendido em termos de juntar – mas também em termos de selecionar: ele pode denotar apenas “uma parte dos objetos de um signo”, e significar não mais que uma parte dos “caracteres” de um signo (c.1903b, p. 239). Penso que isso deve ser entendido como uma atividade de fazer sentido destacando-se as facetas dos representâmens e objetos que pareçam ser relevantes. Além disso, a mente não escolhe representâmens e objetos prontos, simplesmente: a fim de criar essas entidades mentais, sua atenção seletiva é requerida.

Mais para o fim de sua carreira, Peirce desenvolveu uma visão ampliada do interpretante que parece conter as sementes de perspectivas intrigantes, mas também de uma considerável confusão. Enquanto o interpretante é, de fato, ocasionalmente definido de forma muito ampla em seus escritos iniciais (1866, p. 355-366), esses germens não são desenvolvidos até muito mais tarde. Sua visão expandida do interpretante é sinteticamente resumida na sua declaração de que “podemos tomar um signo em um sentido tão amplo que seu interpretante seja não um pensamento, mas uma ação ou experiência, ou podemos alargar o significado de signo de tal forma que seu interpretante seja meramente um tipo de sensação” (1904, p. 226). Peirce esboçou várias tricotomias para classificar os tipos de interpretantes, mas ele claramente não conseguiu elaborar um esquema lúcido. Comparações de tríades e tipos revelam uma terminologia inconstante, inconsistências evidentes e relações pouco claras entre as muitas tríades⁴.

Aparentemente, Peirce percebeu que faltava muito trabalho até conseguir organizar suas classificações dos interpretantes em um padrão

⁴ Ver 1906, p. 422-423; c.1907, p. 326-343; 1908b, p. 232, 242; 1909; 1909a; 1909d, p. 139; para discussões críticas, ver LALOR, 1997; BERGMAN, 2003; PETRILLI, PONZIO, 2005, p. 41-45; JOHANSEN, 2007.

satisfatório; em uma apresentação tardia de uma das tríades, ele observa que ela é “bastante nebulosa” (1909). Ainda assim, está claro que os interpretantes foram entendidos como aqueles que incluem efeitos mentais que são emocionais em vez de cognitivos, bem como efeitos não mentais. O “interpretante emocional” consiste em “uma sensação” ou “uma série de sensações”, e o “interpretante energético” consiste em um esforço “muscular” ou “mental” a mais (c.1907, p. 326). Em outro tipo de distinção, Peirce separa o “Interpretante Imediato”, que é o significado ou o “correto entendimento” do signo, do “Interpretante Dinâmico que é o efeito de fato” que o signo determina – que eu tomo como significando a interpretação individual (1906, p. 422). Para o propósito do presente artigo e do modelo RMM, acho melhor restringir a noção de interpretante aos efeitos mentais, primariamente cognitivos, produzidos na mente de cada pessoa.

Que termo deveria ser empregado para denotar a tríade representâmen-objeto-interpretante? Peirce usou o termo *signo* para denotar toda a constelação triádica apenas ocasionalmente. Como regra, ele simplesmente não tinha um nome para ela. Nöth observa, corretamente, que “Peirce *realmente* considerou o signo como sendo uma relação triádica, mas somente em 1868. Entretanto, de 1873 em diante, *signo*, *representâmen* ou *representação* passaram a ser usados como sinônimos para fazer referência ao primeiro correlato da relação triádica da semiose” (NÖTH, 2011, p. 455). A despeito das preferências do próprio Peirce, penso que é conveniente empregar dois termos diferentes para denotar “o primeiro correlato” e toda a “relação triádica”, respectivamente – e persistir nesses termos. George A. Benedict investigou o uso, por Peirce, do termo *representâmen*, e argumenta, por conseguinte, que ele deveria ser usado para indicar o primeiro correlato do signo, enquanto o termo *signo* é mais apropriado para denotar a relação triádica (1985, p. 264-267). Como isso pode levar a menos confusão do que a prática do próprio Peirce, penso que se trata de uma boa solução – ainda que outros usos do termo certamente encontrem suporte

nos escritos de Peirce⁵. Portanto, utilizarei o termo *signo* para denotar toda a relação triádica e, como esboçado anteriormente, empregarei os três termos mais técnicos *representâmen*, *objeto* e *interpretante* para denotar os três constituintes do signo.

Nesse estágio, pode-se tentar uma primeira representação visual, icônica, do signo e seus três componentes. A figura 13 traz um simples esqueleto demonstrando o representâmen, o objeto e o interpretante em uma constelação triádica – mas bastante imprecisa. O interpretante foi colocado sozinho na parte de baixo do diagrama a fim de ilustrar a ideia de que se trata de uma espécie de efeito, o que tem sido deixado bem claro até agora. Entretanto, para esclarecer como os três constituintes estão inter-relacionados, é necessário maior detalhamento. Peirce escreve sobre essa questão repetidamente, algumas vezes enfatizando um movimento do objeto para o interpretante, e outras do interpretante para o objeto.

O primeiro tipo de movimento é descrito em termos de mediação, em uma passagem na qual Peirce afirma que a representação “envolve um signo ou representâmen de algum tipo, para fora ou para dentro, que faz a mediação entre um objeto e um pensamento interpretante” (c.1896, p. 256). Essa descrição envolve um movimento do objeto para o interpretante com o representâmen entre eles; portanto, o objeto termina, essencialmente, no pensamento que interpreta.

Em uma das definições de Peirce para representâmen (aqui chamado de *signo*), o primeiro tipo de movimento, do objeto para o interpretante, é descrito em termos de determinação; além disso, o segundo tipo de movimento, do interpretante para o objeto, é descrito em termos de referência. Ele diz que um representâmem é “qualquer coisa que determina outra coisa (seu *interpretante*) para referir-se a um objeto ao qual ela mesma se refere (seu *objeto*) da mesma maneira” (1902a, p. 169). Peirce reformula essa figura de pensamento muitas vezes, com pequenas

⁵ Ver NÖTH, 2011, p. 453-455.

alterações (1902c, p. 320-321; 1902e, p. 396-397; c.1902, p. 156-157; 1903, p. 62; 1903b, p. 87; 1903c, p. 284-285; c.1903, p. 141; c.1904, p. 148-150), e algumas vezes com variações que acho difíceis de compreender (c.1903, p. 141-142). Na passagem citada, não é mencionado que o objeto determina o representâmen; em vez disso, a definição começa com a afirmação de que o representâmen determina o interpretante, e então continua para descrever o segundo tipo de movimento em termos de referência: o interpretante se refere ao objeto “da mesma maneira” que o representâmen. Contudo, não penso que a expressão “da mesma maneira” seja ideal, considerando o fato de que dois diferentes constituintes do signo não podem fazer exatamente o mesmo trabalho. Pode-se preferir que o interpretante se refira ao objeto por meio do representâmen.

Como esses dois movimentos entre os constituintes do signo expressam aspectos da significação que são, de alguma maneira, diferentes, não há contradição entre eles. Na maior parte das explicações sobre as inter-relações representâmen-objeto-interpretante, elas estão mais ou menos combinadas, ainda que Peirce tenha a tendência de entregar juntas apenas pequenas partes da imagem completa. Enquanto as várias inter-relações são com frequência formuladas de modo relativamente obscuro, a descrição que segue é comparativamente lúcida, e cobre totalmente pelo menos o primeiro tipo de movimento:

Defino um *signo* como alguma coisa que, por um lado, é tão determinada por um Objeto e, por outro, determina de tal forma uma ideia na mente de uma pessoa, que esta última determinação, que chamo de *Interpretante* do signo, é, desse modo, indiretamente determinada por aquele Objeto. Um signo, assim, possui uma relação triádica com seu Objeto e com seu Interpretante (1908b, p. 232; Cf. 1904, p. 226-227; 1906, p. 413-415; c.1907, p. 324-325; 1908a, p. 886; 1909b, p. 233; 1909c; 1909d, p. 134-137; c.1909, p. 236-237).

Levando tudo isso em consideração, as muitas definições e descrições das inter-relações podem ser combinadas e expressas em termos dos dois tipos específicos de movimento que tenho tentado circunscrever: do objeto para o interpretante (com o representâmen entre eles) e do interpretante para o objeto (com o representâmen entre eles). O primeiro movimento é descrito em termos de determinação e mediação: o objeto determina o representâmen, o representâmen determina o interpretante, e o objeto, assim, determina indiretamente o interpretante. O segundo movimento é descrito em termos de referência: o interpretante se refere ao objeto, o representâmen se refere ao objeto, e o interpretante, assim, refere-se ao objeto “da mesma maneira” que o representâmen, ou via representâmen.

Esses dois movimentos, que estão incorporados nas várias descrições das inter-relações entre os constituintes do signo, são resultados de diferentes pontos de vista. A partir de uma perspectiva externa, o objeto está lá em primeiro lugar, esperando para ser envolvido na atividade sígnica; no que diz respeito a isso, ele determina o representâmen, que por sua vez determina o interpretante indiretamente. A partir de uma perspectiva interna – de dentro da mente, quando o processo de significação é completado –, pode-se dizer que o interpretante é o primeiro constituinte do signo, que se refere ao objeto via representâmen. Todavia, a partir de outra perspectiva interna – de dentro da mente, enquanto o processo de significação efetivamente acontece –, o representâmen passa a ser o primeiro constituinte do signo. O representâmen entra na mente através de impressões sensoriais, ou devido à atividade mental prévia, e desencadeia uma conexão com um objeto, isso resultando em um interpretante. É essa perspectiva que parece estar subjacente à inclinação do próprio Peirce de tratar, às vezes, o representâmen como o primeiro constituinte do signo, o objeto como o segundo e o interpretante como o terceiro (1903c, p. 176-177, 285). Essa também é a perspectiva sobre a qual pretendo moldar minhas próprias ideias neste artigo.

Representação e neoapresentação – uma nova abordagem das inter-relações dos constituintes do signo

Nesta seção, eu reformulo a visão de Peirce sobre as inter-relações dos três constituintes do signo. Enquanto pretendo utilizar um bom número das sugestões de Peirce referentes a essas inter-relações, faço algumas distinções que não estão presentes em seus escritos, mas que, apesar disso, não estão completamente em desacordo com sua essência. Meu objetivo é estipular um uso consistente de termos, adequados a essa reconstrução das inter-relações representâmen-objeto-interpretante. Como observado acima, Peirce tende a empregar diversos termos para denotar a mesma noção ou noções similares, e a usar o mesmo termo para denotar várias noções, o que significa que uma nova construção terminológica não tem de envolver a destruição de um sistema já estabelecido e em funcionamento.

Peirce frequentemente usa o termo *representação* “como uma alternativa terminológica aos termos que prefere em outras ocasiões, *signo* e *representamen*” (NÖTH, 2011, p. 447), e, algumas vezes, emprega-o para denotar a ação entre todos os três constituintes do signo (1903c, p. 281-282). Entretanto, ocasionalmente, utiliza-o, em vez disso, para denotar a relação entre representâmen e objeto (1903c, p. 284-285; 1910, p. 136-137; ver NÖTH, 2011, p. 446, 452). De acordo com um verbete de dicionário escrito por Peirce, a definição de *representar* é:

ficar no lugar de, ou seja, estar em uma relação tal com um outro que, para certos propósitos, possa ser tratado por alguma mente como se fosse esse outro. [...] Quando for desejável distinguir entre aquele que representa e o ato ou relação de representar, aquele pode ser chamado de “representâmen”, e este, de “representação” (1902, p. 155).

Essa é exatamente a forma como proponho que os termos devam ser utilizados: postulo que *representâmen* seja o termo para o primeiro constituinte do signo e *objeto* para o segundo, e que *representação* desig-

ne a relação entre eles. Obviamente, a relação entre o representâmen e o objeto (a relação entre o representâmen e um “outro”) é criada – ou ao menos apreendida – pela mente de uma pessoa, mas isso não significa que o interpretante (o terceiro constituinte do signo) esteja envolvido nessa relação; enquanto o interpretante é o resultado mental da significação, sugiro que a relação representâmen-objeto seja apenas seu início – embora também aconteça na mente.

Essa parte inicial da significação não envolve nada novo, já que o objeto é, de certa forma, conhecido previamente. É o terceiro constituinte do signo que cria a novidade; o interpretante é o efeito ou resultado da significação, e evoca capacidades mentais mais avançadas do que as necessárias para estabelecer uma conexão com um objeto já conhecido. Em certo momento, Peirce sugere que o interpretante possa ser entendido como um “quase análogo de uma modificação da consciência” (c.1907, p. 332). Algumas outras notas posteriores também reforçam essa forma de construir o interpretante. Ele afirma que “na medida em que o Signo denota o Objeto, ele não exige nenhuma *inteligência* ou *Razão* particular por parte de seu *Intérprete*”, enquanto “conhecer o interpretante, aquilo que o próprio signo expressa, pode exigir o mais alto poder de raciocínio” (1909d, p. 137).

Minha sugestão é a de que o interpretante – o conseqüente terceiro constituinte do signo, que exige um grau relativamente alto de atividade mental – seja compreendido como um resultado da *relação* entre representâmen e objeto. Enquanto Peirce argumenta que o representâmen é determinado pelo objeto e o interpretante é indiretamente determinado pelo objeto, penso que seja mais instrutivo dizer que o interpretante é determinado por, ou simplesmente o resultado mental da *interação* entre representâmen e objeto. Acredito que seja óbvio que a representação, ou a relação entre representâmen e objeto, envolva um ato de comparação entre os dois constituintes do signo, o que significa, essencialmente, que a eles é permitido refletir ao outro. Essa interação envolve, geralmente, tanto congruências quanto incongruências, e as incongruências criam tensões que o interpretante é compelido a resolver de alguma forma; no mínimo,

essas tensões precisam ser processadas pela mente. Esse processo não deixa nem o representâmen nem o objeto intactos no interpretante: eles são modificados à luz um do outro. Portanto, a comparação ativa do representâmen e do objeto resulta em um interpretante: novo conteúdo mental que está dinamicamente associado à relação entre representâmen e objeto.

Como resultado dessa construção de relações entre os constituintes do signo, ficamos com apenas duas conexões básicas. A primeira é a relação entre representâmen e objeto (R–O), que chamo de *representação*. A segunda é a relação entre esses dois constituintes e o interpretante ([R–O]–[I]). Para esta última relação, cunhei o termo *neoapresentação*. Dessa forma, o significado do termo *representação* corresponde de perto à etimologia da palavra: re-presentar quer dizer, basicamente, “tornar algo (conhecido) presente mais uma vez”⁶. De maneira semelhante, pretende-se que o significado do termo *neoapresentação* coincida com os componentes da palavra: supõe-se que neoapresentar deva significar “tornar algo (novo) presente pela primeira vez”. Pela mesma lógica, pode-se dizer que a *representação* envolve a re-cognição de um objeto (conhecido), enquanto a *neoapresentação* envolve a neo-cognição que resulta em um (novo) interpretante.

Assim, os dois termos, *representação* e *neoapresentação*, denotam relações entre constituintes do signo. Essas relações podem ser vistas como duas etapas da significação, que podem ser resumidas do seguinte modo:

(1) O representâmen, primeiro constituinte do signo, desencadeia a significação. Algo chama a atenção da mente e, quando se conecta a um tipo de informação já armazenada nela (por exemplo, a memória de um objeto ou fenômeno percebido sensorialmente, ou uma estrutura conceitual), assume o papel de um representâmen, adquirindo a função de estar no lugar de, ou representar, essa entidade conhecida. Aquilo que o

⁶ N. O. Presentificar, tornar presente. Dessa forma, entendemos que representar é um termo que serve para essa descrição, visto sua adequada denotação. Não é o caso de *neopresentation*, que necessita ter seu sentido relacionado à ideia de apresentar, portanto, *neoapresentação*, visto ser um neologismo. Outra possibilidade seria *neopresentificação*, mas essa escolha apagaria a relação com o termo *representação*.

representâmen representa é o objeto – o segundo constituinte do signo. Essa conexão entre representâmen e objeto é estabelecida ou automática e imediatamente, iniciada por uma predisposição programada, ou como resultado de operações interpretativas ativas, ainda que, talvez, breves – ou como uma combinação desses dois processos. A conexão é sempre motivada de alguma forma. Isso será discutido detalhadamente na seção sobre iconicidade, indicialidade e simbolicidade. O estabelecimento mental da relação representâmen-objeto, a representação, é um tipo básico de interpretação, necessário para conduzir uma interpretação mais avançada.

(2) Normalmente, a relação entre representâmen e objeto envolve tanto congruências quanto incongruências, o que significa que a representação geralmente deixa um excesso de informações com as quais a mente deve lidar. O estabelecimento de uma relação representacional entre representâmen e objeto prepara o cenário para uma maior elaboração sobre a inter-relação entre os dois primeiros constituintes do signo (por milissegundos, minutos ou, talvez, até mesmo anos); eles se iluminam mutuamente e tornam as características um do outro mais claramente apreensíveis, o que resulta em uma síntese mais avançada do que o simples reconhecimento de congruência entre representâmen e objeto. Essa síntese ou transcendência dos dois primeiros constituintes do signo forma o terceiro constituinte, o interpretante, que é um resultado mental novo. A elaboração mental da relação [representâmen–objeto]–[interpretante], a neoapresentação, é uma forma de interpretação mais avançada.

Proponho que a soma da representação e da neoapresentação seja chamada de *significação*. Dessa forma, a significação é a soma das relações entre os três constituintes do signo e inclui tudo o que acontece nele. Esse uso do termo encontra algum suporte nos escritos de Peirce, quando, por exemplo, ele escreve sobre “*significação*, no sentido da ação de um signo” (c.1903c, p. 297). Ainda que, nessa passagem, o termo *signo* se refira ao primeiro constituinte sîgnico, ele enfatiza que a ação cobre todas as conexões e envolve todos os três. De fato, a significação é uma relação triádica. É questionável se a representação e a neoapresentação devam ser chamadas

de relações diádicas (Cf. NÖTH, 2011, p. 450; PEIRCE, c.1907, p. 332); para mim, elas são duas partes distinguíveis da significação, mas não separáveis.

O diagrama visual na Figura 14 tem o objetivo de representar a relação entre representação e neoapresentação. A vantagem dessa forma de construir as inter-relações é a de que ela é direta, mas ainda assim complexa o suficiente para capturar as características essenciais dos três constituintes sýgnicos de Peirce. Além disso, a distinção entre representação e neoapresentação realça dois aspectos importantes que eu tomo por fatos. Em primeiro lugar, que a significação sempre inclui elementos familiares; é difícil imaginar como um representâmen possa ser ligado a um objeto completamente desconhecido. Em segundo, que a significação sempre gera novos elementos; é evidente que, algumas vezes, pensamentos são desenvolvidos, e que nossa compreensão do mundo à nossa volta muda constantemente de várias maneiras. A distinção entre representação e neoapresentação visa a esclarecer essas duas importantes facetas da significação, que estão intimamente conectadas na mente. A significação envolve elos tanto com o mundo material e mental conhecidos, quanto com a criação de novos mundos mentais; claro, esses novos mundos mentais podem levar a uma ação que também crie novos mundos materiais, mas essa, talvez, seja uma outra história.

Iconicidade, indicialidade e simbolicidade – tipos de representação e suas inter-relações

Como enfatizei acima, para Peirce, nada é um signo em si mesmo: signos são sempre signos *para* alguma mente *em* algum contexto. Enquanto a significação pode certamente resultar em interpretantes altamente subjetivos que podem ser totalmente inesperados para outras mentes, isso não significa que as funções sýgnicas sejam simplesmente inventadas caprichosamente por indivíduos. Representâmens e objetos têm certos traços, as relações entre eles são caracterizadas por certas especificidades, e a mente opera de certas maneiras. Embora as características de representâmens e obje-

tos, bem como suas inter-relações, não sejam capazes, em si mesmas, de estabelecer o resultado da significação de modo definitivo e evidente, elas realmente oferecem limites dentro dos quais a significação ocorre. Algumas vezes, Peirce enfatiza as qualidades essenciais dos representâmens de maneira tal que quase parece contradizer a ideia de signos sempre serem signos para uma mente: “embora nenhum Representâmen funcione realmente como tal até que efetivamente determine um Interpretante, ainda assim ele se torna um Representâmen tão logo seja completamente capaz disso; e sua Qualidade Representativa não depende necessariamente de ele já ter de fato determinado um Interpretante, nem mesmo de ele possuir, efetivamente, um Objeto” (c.1902, p. 157).

Essa afirmação é vital, mas problemática. Como representâmen, objeto e interpretante são noções interdependentes que são definidas de uma maneira relacional, acho difícil imaginar um representâmen sem objeto e sem interpretante. Para mim, *ser* um representâmen é precisamente *funcionar* como tal. Todos os três constituintes do signo são entidades operacionais, em vez de essenciais. Claro, o mundo e nossas mentes estão cheios de representâmens e objetos potenciais, mas penso que é confuso afirmar que a mera capacidade de determinar um interpretante traga a qualidade de um representâmen a alguma coisa. Entretanto, não desejo levar essa questão muito longe, já que penso que a ideia importante nesse contexto é a de que a “Qualidade Representativa” de um representâmen *possa* ser intrínseca; como tal, uma coisa, fenômeno ou pensamento – seja chamado representâmen ou apenas representâmen em potencial – pode ter qualidades que o tornem adequado para representar determinados objetos.

Embora a significação seja, em última instância, uma questão de atividade de uma cabeça individual, ela é formada por certas capacidades do representâmen, qualidades do representâmen e do objeto e suas inter-relações e, mais fundamentalmente, pela maneira como nossas mentes funcionam. Há vários tipos de motivação para conectar representâmens a objetos, e esses tipos de motivação estão enraizados, em diferentes graus, nos traços dos dois primeiros constituintes do signo como tais e na inclinação

de nossas mentes para criar relações entre eles. Peirce circunscreve esses diferentes tipos de representação em termos de iconicidade, indicialidade e simbolicidade: isso equivale a três tipos de relação entre representâmen e objeto. Advogo a visão de que esses vários tipos de representação deveriam ser entendidos como sendo determinados pelas capacidades de nossas mentes. Nós não podemos escolher não pensar e interpretar em termos de ícones, índices e símbolos, e as três categorias deveriam ser entendidas como abrangendo todas as formas possíveis de significação.

Qual é a natureza de ícones, índices e símbolos? As respostas a essa questão precisam ser respostas positivas a esta outra: o que constitui a relação entre representâmen e objeto? As respostas precisam nos informar sobre os traços e características que os signos *possuem*, e não sobre os que *não* possuem. Peirce é claro sobre isso quando identifica, em uma passagem à qual nos referimos acima, “o *fundamento* do representâmen”. Ele afirma que “um signo, ou *representâmen* [...] está no lugar de algo, seu *objeto*. Ele substitui está no lugar desse objeto não em todos os aspectos, mas no que diz respeito a uma espécie de ideia que, às vezes, chamei de *fundamento* do representâmen” (c.1897, p. 135). Consequentemente, quando buscamos definir as características dos tipos de signos, deveríamos procurar tanto pela “Qualidade Representativa” do representâmen (c.1902, p. 157) quanto pela “ideia” à qual o representâmen se refere a fim de representar um objeto (c.1897, p. 135). A representação envolve tanto as qualidades intrínsecas do representâmen quanto os fatores que são externos a ele, mas que certamente fazem parte do signo completo.

A tricotomia ícone-índice-símbolo é discutida minuciosamente por Peirce, e é consistentemente citada nos termos da relação representâmen-objeto⁷. Contudo, os termos ícone, índice e *símbolo*, como o termo *signo*, são usualmente empregados para denotar apenas o primeiro constituinte do signo,

⁷ Ver, por exemplo, 1906, p. 422-423.

o representâmen, e não o signo completo. É preciso ter isso em mente na revisão que segue das discussões e definições dos três tipos de signo por Peirce.

O que é um ícone? A resposta de Peirce a essa pergunta é a de que a iconicidade se baseia na similaridade, semelhança ou analogia entre representâmen e objeto⁸. Algumas vezes, ele sugere que a similaridade pode ser forte o suficiente para tornar difícil a diferenciação entre representâmen e objeto: “Chamo de ícone um signo que está no lugar de alguma coisa meramente porque se assemelha a ela. Os ícones substituem tão completamente seus objetos que dificilmente se distinguem deles” (1885, p. 211; Cf. c.1902, p. 157). Para Peirce, a similaridade parece ser uma qualidade relacional tão fundamental que ele nunca realmente escrutina sua natureza; todavia, às vezes, ele indica que ela deve ser entendida em termos de espacialidade. Em uma ocasião, ele especifica a semelhança entre determinados representâmens e objetos como baseada nas “relações de suas partes”; elas exibem “relações análogas” (c.1893, p. 159-160). Em outra, ele discute explicitamente uma relação icônica em termos de uma “relação espacial” análoga (c.1903a, p. 351).

O ícone é único no sentido de que sua relação de similaridade entre representâmen e objeto é baseada nas qualidades intrínsecas do representâmen. Peirce afirma repetidamente que o que torna um representâmen icônico apto a ser um representâmen é “uma qualidade que ele tem *qua* coisa em si” (c.1902, p. 157). Um representâmen icônico representa “em virtude de uma característica que possui em si mesmo, e possuiria da mesma forma ainda que seu objeto não existisse” (1903, p. 50; Cf. c.1903, p. 143; c.1903a, p. 359-360; c.1903b, p. 242-243; 1904, p. 228-229; 1906, p. 413-415). Em princípio, portanto, as propriedades significantes de um representâmen icônico deveriam ser entendidas como tendo uma existência independente. No entanto, é apenas quando as propriedades de um representâmen icônico em potencial são interpretadas como aquelas

⁸ Ver, por exemplo, c.1885, p. 193-195; 1896, p. 275-276; c.1902, p. 157; 1903, p. 50-51; 1908, p. 321-322; 1908a, p. 887.

que formam uma representação de um objeto com propriedades similares que a relação entre representâmen e objeto é estabelecida.

Deve-se enfatizar que iconicidade não é o mesmo que similaridade: a iconicidade é, por definição, baseada na similaridade, mas a similaridade não desencadeia, necessariamente, a iconicidade. Frequentemente, são observadas similaridades que não ativam a capacidade da mente de interpretar aquelas relações como relações de representação. Como regra, por exemplo, não interpretamos cada formiga em um formigueiro como um representâmen de todas as outras formigas; contudo, isso não exclui a possibilidade de tal interpretação. A observação das dificuldades de uma formiga em particular pode muito bem desencadear uma interpretação icônica que faça com que ela represente todas as outras formigas no mundo – porque elas são parecidas e levam vidas semelhantes. Assim, a iconicidade inclui, em primeiro lugar, a observação (não necessariamente visual) de algumas características intrínsecas de um representâmen em potencial; em segundo, o estabelecimento de uma relação de similaridade entre o representâmen em potencial e um objeto em potencial; e, em terceiro, um ato interpretativo no qual o representâmen em potencial seja estabelecido como um representâmen de fato, que está no lugar de seu objeto similar. Dessa forma, o signo icônico completo inclui tanto os traços específicos do representâmen quanto um tipo específico de relação entre o representâmen e o objeto, bem como uma mente interpretante que cria o sentido icônico.

A similaridade (um certo tipo de qualidade relacional) é, portanto, apenas um fundamento em potencial para a iconicidade (um certo tipo de significação). Há uma diferença entre um representâmen icônico “significar o seu objeto” e “meramente assemelhar-se a ele” (c.1902a, p. 92): um representâmen icônico representa seu objeto porque “ele é como essa coisa e é usado como um signo dela” (c.1903, p. 143, grifos meus; Cf. c.1903a, p. 359-360). Enquanto Peirce, ao demonstrar os mecanismos da iconicidade, escolhe naturalmente, como regra, coisas e fenômenos que têm uma forte tendência não apenas a expor uma clara semelhança com determinados objetos, mas também a serem interpretados como representâmens, não deveríamos esquecer que

não existe um representâmen icônico dado – embora muitas interpretações icônicas possam parecer quase inevitáveis. A gama de exemplos de ícones de Peirce inclui pinturas, diagramas, fórmulas algébricas, hieróglifos egípcios, “a forma mais antiga de expressão”, “a sintaxe de cada língua” (c.1895, p. 158-159), “sons e gestos imitativos” (c.1903b, p. 242), palavras onomatopeicas (c.1903b, p. 243), “o sentimento despertado por uma peça de música” (1904, p. 228) e figuras geométricas e letras em álgebra (1908, p. 321-322; Cf. 1908a, p. 887). Naturalmente, alguns de seus principais exemplos são simplesmente “pinturas ou diagramas ou outras imagens” (c.1909, p. 233), o que exige uma explicação dos diferentes tipos de iconicidade. Todavia, apenas uma vez, e de forma muito breve, ele tenta uma diferenciação entre três espécies básicas de iconicidade: imagem, diagrama e metáfora (c.1902, p. 157). Levaria muito tempo para resolver, aqui, essa contestada distinção; portanto, deve ser suficiente dizer que relações icônicas variam de relações sensorialmente fortes entre um representâmen e um objeto a relações sensorialmente fracas, mas cognitivamente complexas⁹.

O que é um índice? Como regra, Peirce enfatiza uma relação física de causa e efeito, uma “conexão física direta”, entre representâmen e objeto (c.1885, p. 196). Enquanto está claro que a noção de indicialidade vai além desse núcleo estreito, a maior parte de suas breves explanações sobre o índice enfatizam o critério de uma conexão física. Conseqüentemente, ele argumenta que fotografias, que são “exatamente como os objetos que representam em determinados aspectos”, não são apenas ícones mas também índices, já que são “produzidas sob circunstâncias tais que são fisicamente forçadas a corresponder à natureza ponto por ponto” (c.1895a, p. 159). De forma similar, sintomas de doenças são “signos que se tornam tais em virtude de estarem realmente conectados com seus objetos” (c.1902a, p. 92). Em uma ocasião, ele chega a afirmar que índices são “signos mais ou menos análogos a sintomas” (c.1909, p. 233).

⁹ Ver ELLESTRÖM, 2013.

Assim, a definição de índice por Peirce, como “um signo que se refere ao Objeto que denota em virtude de ser realmente afetado por esse Objeto”, é paradigmática (c.1903, p. 143). O núcleo da indicialidade pode parecer ser simplesmente uma “reação real”, “relação real” ou “conexão *factual*” entre representâmen e objeto (c.1903b, p. 243; 1904, p. 228-229; 1903, p. 50-51; Cf. 1908, p. 321-322). Sob o modo como Peirce descreve o índice, este pode aparentar ser não apenas exclusivamente determinado pelo aspecto físico, mas também fisicamente restrito a objetos e fenômenos claramente demarcados; em uma ocasião, ele afirma que o índice está “conectado, em sua existência individual, com o objeto individual” (1906, p. 414; Cf. 1901, p. 172). Isso pode nos levar a acreditar que causa e efeito físicos são condição *sine qua non* da indicialidade. Como Peirce enfatiza em um texto tardio, índices “representam seus Objetos em virtude de serem de fato modificados por eles, da forma como um termômetro clínico pode representar a febre” (1908a, p. 887).

Entretanto, quando Peirce desenvolve, ocasionalmente, seus pensamentos sobre indicialidade até certo ponto, torna-se aparente que ele também inclui conexões não físicas entre representâmen e objeto. E essa não é uma extensão tardia da noção de índice. Em uma de suas primeiras definições breves, ele diz que “como um pronome demonstrativo ou relativo, [o índice] força a atenção ao objeto particular pretendido sem descrevê-lo” (c.1885, p. 193-195). No contexto da linguagem verbal, que é predominantemente simbólica, é evidente que palavras com função indicial como *este*, *quem* ou *ela* não possuem qualquer conexão física com objetos específicos: enquanto posso abraçar minha cachorra e dizer que ela é aquela que mais amo, criando, portanto, uma conexão física entre minha cachorra e eu e, ao mesmo tempo, uma relação indicial entre minhas palavras e minha cachorra, a relação indicial entre as palavras e o objeto definitivamente não é física num sentido que possa ser comparado ao das relações de causa e efeito entre uma doença e um sintoma, ou entre uma febre e um termômetro. As palavras certamente podem ser performativas de muitas maneiras, e seus sons podem deixar rastros físicos de vários tipos, mas a relação entre uma palavra funcionando como um pronome e o objeto que esse pronome representa é mental em vez

de física. No exemplo da cachorra, a palavra *ela* representa a minha cachorra em particular, como resultado de duas etapas de representação: primeiro, a palavra é simbolicamente conectada à ideia de uma criatura viva do sexo feminino, e depois essa ideia é conectada de modo indicial a uma cachorra específica. Esses passos da representação são ambos baseados em conexões mentais entre representâmen e objeto, embora a representação indicial seja apoiada pela observação colateral do contexto físico da elocução¹⁰.

Frequentemente, Peirce recorre aos pronomes como exemplos de índices, inclusive em situações nas quais enfatiza que o representâmen indicial “significa seu objeto unicamente em virtude de estar efetivamente conectado a ele” e declara a importância dos “sintomas físicos” para a compreensão dos índices. Sem surpresa, ele sugere “um dedo apontado como típico da classe. Um índice não afirma nada, ele apenas diz ‘Lá!’” (1885, p. 211). Obviamente, então, a ideia de estar “efetivamente conectado” inclui relações bem menos diretas fisicamente do que aquela observada entre a fotografia e seu objeto, criada por fótons que emanam deste último. Se tomarmos o advérbio “efetivamente” num sentido mais amplo do que “fisicamente”, podemos muito bem dizer que um pronome está “efetivamente conectado” ao seu objeto. De maneira similar, pode-se dizer que um dedo apontado esteja “efetivamente conectado” com seu objeto, ainda que não exista uma relação física propriamente dita entre o dedo e aquilo para o que ele aponta; a função significativa é estabelecida com a ajuda da convenção de interpretar a extensão imaginada do dedo como conectada ao objeto.

Em algumas discussões sobre a indicialidade, a ideia explícita de uma conexão física entre representâmen e objeto está simplesmente ausente. Em um caso, quando está circunscrevendo a natureza das asserções, Peirce alega que uma asserção precisa envolver “ao menos um índice”: uma asserção requer índices na forma dos “tons e olhares” ou “olhar ou

¹⁰ N. T. O exemplo tem mais força em inglês, tendo em vista que o pronome normalmente associado a animais é “it”, sem indicação de gênero. Além disso, em português, o gênero já é dado pelo uso do substantivo feminino “cachorra”. No texto original: “While I may hug my dog and say that she is the one I love the most [...]”.

gesto” do falante; ela deve dirigir a atenção do ouvinte “para um objeto ou situação específicos”; ou seja, “para realidades” (c.1895, p. 191-193; Cf. 1901, p. 170-172). O fato de que uma asserção acaba por representar “realidades” não deve ser confundido com a noção de uma “conexão física direta” entre representâmen e objeto (c.1885, p. 196). Em determinada ocasião, Peirce deixa claro que índices não “fazem referência exclusiva a objetos da experiência”; em cálculos matemáticos, por exemplo, também há “observação dirigida a criações de nossas próprias mentes” (1901, p. 171).

Essa flutuação entre noções físicas e não físicas de indicialidade pode ser vista claramente quando Peirce dá exemplos de índices. Ele cita “um barômetro baixo”, “uma biruta galo-do-vento” e “a estrela polar” juntamente com os “pronomes demonstrativos ‘este’ e ‘aquele’” e “preposições” (c.1893, p. 161-164; Cf. 1903, p. 50-51; c.1903b, p. 243). Em outra passagem, ele diz que o “andar cadenciado” de um homem é uma “provável indicação de que ele seja um marinheiro”, e que “um relógio solar ou um relógio comum *indica* a hora do dia”. Outros exemplos são os “pronomes relativos” e “uma batida na porta” – qualquer coisa que “dirija a atenção” ou “nos ponha em alerta” (c.1895a, p. 160-161; Cf. 1901, p. 172). Claramente, não apenas relações de causa e efeito meramente físicas têm o potencial de nos alertar. Em algumas poucas passagens, Peirce parece esboçar possíveis tipologias de índices, como quando ele explora as relações indiciais representâmen-objeto em termos de uma “conexão provável”, uma “conexão real” e uma “conexão experiencial direta ou outra” (c.1893, p. 161-164). Em outro texto, Peirce nomeia diferentes tipos de índices. Em primeiro lugar, um índice “genuíno” consiste em “uma relação existencial” entre representâmen e objeto, o que significa que ambos são “indivíduos existentes (sejam coisas ou fatos)”. Em segundo, um índice “degenerado” consiste em “uma referência”. “*Subíndices*”, por último, “são signos que se tornam tais principalmente *através* de uma conexão efetiva com seus objetos” (c.1902, p. 160; Cf. 1903, p. 51).

Essas tentativas de classificação não são solucionadas apropriadamente por Peirce, e são de pouca ajuda no que diz respeito a uma maior elaboração sobre a indicialidade. O que pode ser afirmado é que os fundamentos da

indicialidade não estão nas qualidades intrínsecas do representâmen: ela se baseia em uma conexão real entre representâmen e objeto. Embora essa conexão possa ser muito mais que uma conexão física direta ou uma relação de causa e efeito, não está totalmente claro como ela deveria ser entendida. Penso que a melhor resposta à questão concernente à natureza de um índice é a de que ela está baseada na contiguidade. A contiguidade, como a similaridade (a característica definidora da iconicidade), deve ser entendida como aquela que inclui relações tanto entre entidades materiais quanto mentais. O próprio Peirce emprega o termo *contiguidade* ao menos uma vez, para denotar o traço determinante da indicialidade: “psicologicamente, a ação dos índices depende da associação por contiguidade” (1901, p. 172). Ainda que, geralmente, Peirce não goste de discutir lógica e matemática em termos de psicologia, penso que é inevitável incluir dimensões psicológicas na semiótica.

Entretanto, contiguidade não é o mesmo que indicialidade: se a indicialidade é a representação baseada na contiguidade, a observação da contiguidade não leva, necessariamente, à representação indicial. Portanto, a indicialidade inclui, em primeiro lugar, a observação (não necessariamente visual) de uma relação de contiguidade entre um representâmen em potencial e um objeto em potencial e, em segundo, um ato interpretativo no qual o representâmen em potencial seja estabelecido como um representâmen de fato, que represente o objeto a ele conectado. Consequentemente, o signo indicial completo não inclui os traços específicos do representâmen (da forma como o ícone inclui), mas apenas um tipo específico de relação entre representâmen e objeto e uma mente interpretante que efetua o significado indicial. Isso é evidenciado por Peirce, quando ele afirma que o representâmen indicial representa “em virtude de um caráter que ele não poderia ter se seu objeto não existisse, mas que continuará a ter da mesma forma, quer seja interpretado como um representâmen, quer não” (1903, p. 50-51). De forma similar, ele enfatiza que o representâmen indicial é “uma coisa ou fato real, que é um signo de seu objeto em virtude de estar conectado a ele efetivamente e, também, de intrometer-se na mente à força, desconsiderando o fato

de ser interpretado como um signo” (c.1903a, p. 359-360). Enquanto a qualidade específica de um índice deve ser encontrada na relação entre representâmen e objeto, o índice não surge como um signo até que um interpretante tenha sido criado (Cf. 1901, p. 170-172).

O que é um símbolo? A definição de Peirce a esse respeito é consistente ao longo dos anos, mas sua terminologia abrange um registro um tanto amplo. A simbolicidade é circunscrita principalmente em termos de associação, hábito, convenção, regra e lei. Ao passo que o leque terminológico permite uma certa flexibilidade da noção de símbolo, seu núcleo é claro. Logo no início, Peirce afirma que um representâmen simbólico é “o nome ou descrição geral que significa seu objeto por meio de uma associação de ideias ou conexão habitual entre o nome e o caráter significado” (c.1885, p. 195; Cf. c.1885, p. 196). Essa caracterização do símbolo é feita no contexto de uma discussão sobre a linguagem verbal, que continua a ser o principal exemplo de simbolicidade para Peirce. A descrição da simbolicidade como “uma associação de ideias” é, reconhecidamente, um tanto vaga, considerando que também se pode dizer, sobre a similaridade e a contiguidade, que causam associações; “conexão habitual” é um modo mais preciso de delimitar os traços característicos do símbolo. A definição do símbolo como “um signo convencional” (1893, p. 38-39; Cf. c.1902, p. 165-166) aproxima-se da ideia de que ele é criado por uma conexão habitual entre representâmen e objeto. Um hábito pode ser individual, mas ele também pode ser compartilhado por várias pessoas. Sugiro que a convenção poderia ser entendida como um hábito regulamentado que é compartilhado por muitos indivíduos.

Ambos os termos – *hábito* e *convenção* – reaparecem constantemente nas definições de Peirce para o símbolo, ao lado de termos como *regra* e *lei*, cujos significados talvez estejam mais próximos ao de convenção do que ao de hábito. Ele enfatiza que o símbolo está baseado em “uma regra [...] um hábito ou uma lei adquirida” (c.1902, p. 165-166), que ele age “em virtude de uma lei, usualmente uma associação de ideias gerais” (c.1903, p. 143), ou que ele é “um signo convencional” e “um hábito especial ou regra de interpretação” (c.1903a, p. 348; Cf. c.1903a, p. 359-360). Dessa forma,

frequentemente, Peirce fala em termos de convenção ao circunscrever a essência do símbolo. Ele observou que o termo *símbolo* é apropriado, uma vez que os gregos usavam o termo “muito frequentemente para significar a realização de um contrato ou convenção” (c.1895a, p. 168).

Não obstante, deve-se ressaltar que não apenas leis estritas e convenções regulamentadas, como no caso da linguagem verbal, mas também hábitos vagamente delimitados fazem parte da noção peirceana de símbolo. Em diversos textos, ele indica claramente que a noção de símbolo inclui não somente convenções determinadas coletiva e culturalmente, mas também hábitos individuais e naturais. Ele sublinha que o símbolo é “um signo convencional, ou dependente de um hábito (adquirido ou inato)” (c.1895a, p. 167), que ele é um signo “seja o hábito natural ou convencional” (1902b, p. 172), e que o representâmen simbólico depende de “uma convenção, um hábito ou uma disposição natural de seu interpretante ou do campo de seu interpretante” (1904, p. 228; Cf. 1906, p. 413-415). Enquanto alguém pode dizer que a ideia de símbolos como dependentes de “uma disposição natural” torna mais difusa a linha de demarcação entre ícones, índices e símbolos, a vantagem é a de que uma noção não tão estrita de simbolicidade tem a capacidade de explicar muitas instâncias de significação que não são ostensivamente icônicas ou indiciais. Por exemplo, uma pessoa pode ter desenvolvido o hábito de desenhar uma flor em seu calendário para lembrar a si mesma de ligar para o dentista: para essa pessoa, que gosta de flores e tem a aptidão para desenhá-las, mas talvez odeie ir ao dentista, a flor se torna um signo habitual para o dentista. Isso ilustra a natureza de longo alcance dos símbolos. Contudo, Peirce apenas ocasionalmente toca na possibilidade de distinguir entre diferentes tipos de símbolos, como quando ele sugere que símbolos “genuínos” têm um significado geral, enquanto símbolos “degenerados” têm objetos que são indivíduos ou caracteres existentes.

A resposta à questão “o que é um símbolo?”, portanto, é a de que é um tipo de signo baseado em hábitos e convenções. Como pode ser dito que convenções são hábitos mais fortemente regulamentados, a

forma mais breve de definir o símbolo seria dizer que a relação entre seu representâmen e seu objeto é fundada em um hábito. A ideia de que o símbolo peirceano é definido por arbitrariedades, em contraste com o ícone e o índice não arbitrários, é, em grande parte, um equívoco. Como já afirmei, alguém pode esperar que a resposta à pergunta “o que constitui a relação entre representâmens e objetos?” devesse nos informar sobre os traços e características que os signos *de fato* possuem, e não sobre aquelas que eles *não* possuem. Dessa forma, uma resposta positiva é a de que os ícones se baseiam na similaridade, os índices na contiguidade e os símbolos nos hábitos. A arbitrariedade não é realmente um traço mas, em vez disso, uma ausência de traços. Enquanto faz sentido dizer que um representâmen icônico representa seu objeto por causa de uma qualidade de similaridade, e que um representâmen indicial representa seu objeto por causa de uma qualidade de contiguidade, seria disparatado dizer que um representâmen simbólico representa seu objeto em função de uma qualidade de arbitrariedade. Se é um tanto verdadeiro que existe uma espécie de arbitrariedade relacionada aos símbolos, no sentido de que há aspectos da relação entre representâmen e objeto que não se baseiam em qualidades intrínsecas ao primeiro ou à relação entre os dois, certamente não é a arbitrariedade, mas sim o hábito, que gera a significação. Até onde sei, Peirce escreve sobre arbitrariedade no contexto dos símbolos apenas uma vez; porém, a passagem em questão também enfatiza a importância das regras, das convenções e, especialmente, dos hábitos (1885, p. 210).

Assim, o fundamento do símbolo são os hábitos, e não a arbitrariedade. É claro que um símbolo não é o mesmo que um hábito como tal. Um símbolo é um resultado real de “um hábito ou regra de interpretação especiais” (c.1903a, p. 348). A simbolicidade inclui um ato interpretativo no qual um representâmen em potencial é estabelecido como um representâmen de fato, representando um objeto ao qual está habitualmente conectado. Dessa forma, o signo simbólico completo não inclui nem alguns traços específicos do representâmen (como o ícone inclui), nem uma conexão real entre o representâmen e o objeto (como ocorre com o índice), mas apenas uma

mente interpretante que produz o sentido simbólico guiada por hábitos. Peirce acentua que um símbolo, tal qual uma palavra comum, “*é aplicável ao que quer que possa ser encontrado para realizar a ideia conectada à palavra; ele não identifica, em si mesmo, essas coisas*” (c.1895a, p. 168). O símbolo é um signo “que se constitui como signo meramente ou principalmente pelo fato de que é usado e entendido como tal, seja o hábito natural ou convencional, e sem levar em conta os motivos que originalmente governaram sua seleção” (1902b, p. 172). Em outras palavras, “um símbolo é definido como um signo que se torna tal em virtude do fato de que é interpretado como tal” (c.1903b, p. 254; Cf. c.1902a, p. 91-93; 1903, p. 50-51; c.1903b, p. 242-263; 1908, p. 321-322; 1908a, p. 887).

Em suma, pode-se concluir que o ícone, o índice e o símbolo estão enraizados nos três constituintes do signo (representamen, objeto e interpretante) de maneiras completamente distintas. Peirce resume isso nitidamente, como segue:

um ícone é um signo que possuiria o caráter que o torna significativo ainda que seu objeto não tivesse existência; tal qual um risco à lápis que representa uma linha geométrica. Um índice é um signo que, ao mesmo tempo em que perderia o caráter que o torna um signo se seu objeto fosse removido, não o perderia se não houvesse um interpretante. Tal, por exemplo, é um buraco de bala num pedaço do gesso como signo de um tiro; pois sem o tiro não haveria existido qualquer buraco; mas há um buraco lá, quer alguém seja capaz de atribuí-lo a um tiro ou não. Um *símbolo* é um signo que perderia o caráter que o torna um signo se não houvesse um interpretante. Tal é qualquer elocução discursiva que signifique o que significa apenas em virtude de entendermos que ela possui tal significação (1902a, p. 170; Cf. c.1903b, p. 256)

A despeito dessas diferenças de caráter entre os fundamentos dos ícones, índices e símbolos, os três tipos de signo – como instâncias realizadas da significação – baseiam-se, no fim das contas, em diferentes tipos de relações representâmen-objeto.

Para além disso, Peirce explica as inter-relações entre ícone, índice e símbolo de duas formas distintas, mas compatíveis. A primeira forma é dizer que existe uma distância entre os tipos de signos genuínos e degenerados. Embora Peirce discuta índices e símbolos nesses termos ocasionalmente, no sentido de que tanto uns quanto outros possam ser mais ou menos degenerados, ele também argumenta que a diferença no grau de degenerescência é encontrada na distância entre os próprios três tipos básicos de signo. Muito cedo, ele afirma que somente os símbolos “não podem prescindir de uma referência a um interpretante” (1867, p. 295), o que sugere, como ele sustenta mais tarde, que o símbolo não seja “degenerado”, no sentido de que “a tripla relação entre o signo, seu objeto e a mente” (o representâmen, seu objeto e, ao que tudo indica, o interpretante) não pode ser reduzida a “relações duais”. O símbolo é constituído por “uma associação mental” entre representâmen e objeto, ao passo que o índice e o ícone são constituídos por relações entre representâmen e objeto que são “independentes do uso do signo pela mente”, sugere Peirce. O ícone é o tipo de signo mais degenerado, tendo em vista que mesmo “a relação dual entre o signo e seu objeto é degenerada e consiste de uma mera semelhança entre eles” (1885, p. 210-211). Essa linha de raciocínio ecoa em outra passagem, em que Peirce diz que o símbolo é um “Signo Genuíno [...] o qual pode ser realizado apenas com a ajuda de seu Interpretante”; o índice é um signo “degenerado no menor grau [...] e a significância de seu Objeto se deve ao fato de ele possuir uma Relação genuína com esse Objeto, independentemente de seu Interpretante”; e o ícone é um signo “degenerado no mais alto grau [...] o qual é um Signo cuja virtude significativa se deve simplesmente à sua própria Qualidade” (1902f, p. 51; Cf. 1903, p. 50-51; c.1903b, p. 242-243).

Enquanto essa maneira de explicar as inter-relações entre ícone, índice e símbolo está bastante alinhada com a visão geral dos três tipos de signo por Peirce, penso que é potencialmente enganador discutir características

básicas do signo como “independentes do seu uso pela mente” (1885, p. 210-211). É importante frisar que as definições de Peirce ditam que o *fundamento* do ícone deriva de uma qualidade específica do representâmen, que o *fundamento* do índice é constituído por um certo tipo de relação entre representâmen e objeto e que o *fundamento* do símbolo envolve todos os três constituintes do signo, incluindo o interpretante; entretanto, isso não é o mesmo que dizer que há tipos de signo que são independentes do interpretante e, muito menos, independentes da mente. Da forma como entendo as definições de Peirce para o ícone, o índice e o símbolo, os três tipos de signo envolvem atos interpretativos que fazem uso de diferentes tipos de fundamento, os quais certamente diferem em suas características intrínsecas; ainda assim, todos eles incluem o interpretante – e a significação, certamente, sempre se dá na mente. Não se pode dizer, a partir da concepção de que similaridade e contiguidade se baseiam em qualidades do representâmen e do objeto, que iconicidade e indicialidade sejam independentes do interpretante ou da atividade de uma mente. Na minha opinião, esse modo de pensar faz mais sentido e, como regra, acredito que essa também seja a visão de Peirce, como pode ser visto, por exemplo, em um texto no qual ele diz que “um ícone é um representâmen do que ele representa e para a mente que o interpreta como tal” (c.1903a, p. 359), bem como na tão citada passagem em que ele explica que “nada é um signo a não ser que seja interpretado como um signo [...] o caráter que faz com que seja interpretado como se referindo ao seu objeto pode ser tal que possa pertencer a ele independentemente de seu objeto”, o que é o caso do ícone, “ou ele podendo estar em uma relação tal com seu objeto a qual ele teria de qualquer maneira, quer fosse interpretado como um signo ou não”, o que vale para o índice (1902d, p. 172-173). Mais uma vez, é importante ter em mente a distinção entre os fundamentos potenciais da significação – similaridade, conexões reais e hábitos – e as realizações efetivas da significação em atos de interpretação.

Não estou convencido de que explicar as inter-relações ícone-índice-símbolo em termos de degenerescência seja particularmente útil. Em todo caso,

a noção do ícone como sendo o mais degenerado dos tipos de signo, baseada na mera semelhança, não deveria ser depreciativa. Pelo contrário: Peirce enfatiza sobremaneira o valor fundamental do ícone indispensável. Não se pode raciocinar sem o ícone, “pois o raciocínio consiste na observação de que, onde subsistem certas relações, certas outras são encontradas, e nesse sentido requer a exposição das relações raciocinadas dentro de um ícone” (1885, p. 212; Cf. 1906, p. 413-415). Peirce até mesmo alega que “todo conhecimento vem a nós pela observação [dos ícones]” (c.1893, p. 269; Cf. 1893, p. 282-283) e que “o único modo de comunicar uma ideia diretamente é por meio de um ícone” (c.1895, p. 158). Portanto, o símbolo, o mais “genuíno” dos signos, não seria capaz de realizar nada sem o ícone “degenerado”. Se os símbolos, mais do que outra coisa, reproduzem significado, os ícones produzem novos insights: “pela observação direta [do ícone], podem ser descobertas outras verdades concernentes ao seu objeto, diferentes daquelas que bastam para determinar sua construção”; o ícone possui uma “capacidade de revelar verdades inesperadas” (c.1895, p. 158; Cf. 1906, p. 413-415; 1906a, p. 9-10; as consequências epistemológicas de longo alcance dessas alegações são elaboradas em Stjernfelt, 2007).

A segunda maneira com a qual Peirce explica as inter-relações entre ícone, índice e símbolo é por meio da descrição dos tipos de signo em termos de primeiridade, secundidade e terceiridade:

uma progressão regular de um, dois, três pode ser observada nas três ordens de signos, Ícone, Índice, Símbolo. O Ícone não tem qualquer conexão dinâmica com o objeto que representa; apenas ocorre que suas qualidades se assemelham às daquele objeto, e despertam sensações análogas na mente para a qual ele é uma semelhança. Mas, de fato, ele permanece desconectado deles. O índice está fisicamente conectado ao seu objeto; eles formam um par orgânico, mas a mente interpretante não tem nada a ver com essa conexão, a não ser pelo fato de percebê-la depois que ela é estabelecida. O símbolo está conectado ao seu objeto em virtude da ideia da mente-que-usa-o-símbolo, sem a qual tal conexão não existiria (c.1895a, p. 168-169).

De acordo com esse modelo, o ícone é caracterizado pela primeiridade em vez de ser um tipo de signo degenerado; “uma qualidade que ele tem *qua* coisa em si o torna adequado para ser um representâmen. [...] Um signo por Primeiridade é uma imagem de seu objeto” (c.1902, p. 157). A primeiridade icônica é o que nos faz ver diretamente as relações mais essenciais entre aqueles esquemas sensoriais e mentais que são fundamentais para a percepção, o pensamento, o raciocínio e a comunicação.

Pode-se muito bem argumentar que o fato de o ícone ser caracterizado pela primeiridade implica que ele seja o tipo de signo primordial; os índices e os símbolos não o seriam caso não houvesse ícones. Em várias ocasiões, Peirce parece dizer que a iconicidade forma o núcleo dos signos completos, enquanto a indicialidade e a simbolicidade são, essencialmente, camadas exteriores: “um constituinte de um Símbolo pode ser um Índice, e um constituinte pode ser um Ícone” (c.1902, p. 166; Cf. c.1903, p. 143-144); “assim como uma fotografia é um índice com um ícone incorporado a si [...] também um símbolo pode ter um ícone ou um índice incorporado” (c.1903a, p. 360); e “um símbolo, se suficientemente completo, sempre envolve um índice, assim como um índice suficientemente completo envolve um ícone” (c.1903b, p. 256; Cf. c.1903b, p. 258). Em resumo, um símbolo pode incluir um índice ou um ícone, um índice pode incluir um ícone mas não um símbolo, e um ícone não pode incluir nem um índice nem um símbolo. Se o signo é “completo”, ele consiste num símbolo que inclui um índice e um ícone. Peirce hesita entre afirmar que os tipos de signo *podem* ou *devem* incluir uns aos outros ou ser incluídos uns pelos outros. Ele declara que “um ícone pode apenas ser um fragmento de um signo mais completo” (c.1903b, p. 242) e que um índice pode significar apenas “por envolver um ícone” (c.1903b, p. 247), mas também que o “índice puro”, no sentido de um índice que “não transmite qualquer informação”, não está conectado a um ícone (c.1903b, p. 242).

Pode ser suficiente afirmar que os três tipos de signo, com a primeiridade icônica ao centro, estão, na verdade, constantemente mais ou menos combinados, e que nenhum deles deveria ser ignorado. Em “um sistema

perfeito de notação lógica”, observa Peirce, “os signos desses vários tipos devem todos ser empregados” (1885, p. 212; Cf. 1892, p. 260-262; c.1893, p. 265-269; c.1903a, p. 360-362); “pensamos apenas em signos. Esses signos mentais são de natureza mista” (c.1895a, p. 169). Como regra, Peirce também discute a linguagem em termos dos três tipos de signo (1893, p. 38-40; c.1893, p. 167; 1896, p. 276-277; c.1903a, p. 389-390; 1906, p. 429-431). De forma similar, as mídias e as artes devem certamente ser analisadas levando-se em conta essa tríade. Para mim, é importante enfatizar que se deve entender que os três tipos de signo cobrem todo o campo das possíveis relações representâmen-objeto. Todos os tipos de representação podem ser explicados em termos de iconicidade, indicialidade e simbolicidade.

Neste ponto, pode ser conveniente colocar um pouco mais de carne em nosso diagrama-esqueleto. A Figura 15 mostra os lugares da iconicidade, da indicialidade e da simbolicidade dentro da tríade dos constituintes do signo; elas são diferentes tipos de relações representâmen-objeto – em outras palavras, diferentes tipos de representação. A figura demonstra, iconicamente, que se a neoapresentação será entendida como a atividade relacional entre [representâmen e objeto] e [interpretante], deveriam existir, na verdade, três tipos de neoapresentação; se assim o desejarmos, esses tipos poderiam ser chamados de neoapresentação icônica, indicial e simbólica. Consequentemente, poderíamos dizer, de fato, que há três tipos de significação (que entendo como a soma de representação e neoapresentação): significação icônica, indicial e simbólica. Enquanto essas muitas distinções oferecem uma terminologia suave – mas talvez excessiva –, a coisa mais importante a ser lembrada é que todas elas se reduzem a diferentes tipos de representação.

Não obstante, algo precisa ser dito sobre a neoapresentação sob a luz da iconicidade, da indicialidade e da simbolicidade. Antes, neste artigo, lancei a noção de neoapresentação, e descrevi a relação representâmen-objeto em termos de congruências e incongruências. O que significa dizer que incongruências criam tensões que são processadas pela mente e produzem um resultado mental novo?

É mais fácil responder a essa pergunta no caso da iconicidade. O fundamento da iconicidade é a similaridade, e a similaridade quase sempre envolve a dissimilaridade. De fato, isso é discutido por Peirce em vários momentos. Enquanto sua observação um tanto categórica de que “os Ícones substituem tão completamente seus objetos que dificilmente se distinguem deles” (1885, p. 211; Cf. c.1902, p. 157) parece deixar pouco espaço para incongruências, ele também observa que a semelhança pode envolver “contraste” (c.1893, p. 160). Peirce também afirma que “as formas das palavras *similaridade* e *dissimilaridade* sugerem que uma é a negativa da outra, o que é absurdo, já que tudo é, ao mesmo tempo, similar e dissimilar a tudo o mais” (c.1899, p. 304).

Como similaridade não é o mesmo que iconicidade, mas em vez disso apenas o fundamento da iconicidade em potencial, está claro que nem tudo representa tudo o mais iconicamente; entretanto, quando iconicidade é realmente estabelecida, seu fundamento de similaridade também envolve dissimilaridade. A mente que apreende a similaridade entre o representâmen e o objeto não pode furtar-se a apreender também a dissimilaridade, o que significa que ela é deixada com incongruências com as quais precisa lidar. Por exemplo, o desenho do rosto de uma pessoa conhecida é uma representação visual icônica para o intérprete se ele percebe uma similaridade entre o desenho e o rosto de verdade. Contudo, inevitavelmente, o intérprete também percebe dissimilaridades; no retrato, por exemplo, a boca pode parecer mais dura e, a testa, mais enrugada. Um resultado possível disso é que o intérprete comece a pensar no rosto da pessoa, e talvez mesmo na sua personalidade, de um jeito novo; assim, a relação icônica entre representâmen e objeto resulta tanto em reconhecimento quanto em neocognição.

Pela mesma lógica, a contiguidade, fundamento da indicialidade, raramente é (se é que alguma vez o é) definitiva. A apreensão de contiguidades ou conexões reais demanda contextos compreensíveis e experiência prévia do mundo. Ainda que assumíssemos que há conexões no mundo que, em teoria, também existem sem estarem sujeitas a uma mente interpretante, a indicialidade é um resultado de operações mentais. É apenas quando o

fundamento é de fato usado para criar significação que os índices aparecem. À medida que novas experiências são adicionadas ao nosso conhecimento do mundo, os limites de índices possíveis são modificados e expandidos. Por exemplo, uma pessoa pode ouvir um certo tipo de riso que, de acordo com sua experiência prévia, pode vir apenas de pessoas que estão muito felizes; isso significa que há uma conexão real entre riso e estado de espírito, e que o ouvinte pode tomar o riso como um índice audível dos sentimentos da pessoa que ri. Todavia, se o comportamento da pessoa que ri sugere que ela se sente levemente insegura, é provável que essa incongruência entre, de um lado, a relação indicial direta esperada entre riso e felicidade e, de outro, o estado de espírito percebido de fato, tenda a adicionar neocognição à recongnição. Enquanto o riso pode muito bem continuar sendo uma representação de felicidade, ele também se torna uma neoapresentação de um tipo ambíguo de felicidade. A incongruência faz com que o intérprete aprenda algo sobre a complexidade das emoções.

Os símbolos têm seu fundamento em convenções – ou, de modo mais geral, em hábitos –, e todas as convenções estão sujeitas à mudança constante. As linguagens verbais se sobrepõem e se desenvolvem e hábitos menos disseminados de significação são ainda menos rigorosamente estabelecidos. Pode-se esperar que as palavras, o maior exemplo de significação predominantemente simbólica, substituam objetos e fenômenos de um modo direto; entretanto, a realidade é complexa demais para ser captada em sistemas de relações simples de um-para-um. Os signos simbólicos são carregados de ambiguidades e incongruências. Um bebê, por exemplo, pode aprender que a palavra *animal* deveria ser entendida como aquela que faz referência a seres vivos como gatinhos, aranhas e pássaros. Sem dúvida, esse é um entendimento correto, porém incompleto, do representâmen verbal e seus objetos. Passado algum tempo, a criança pode vir a encontrar uma sentença como “seres humanos e outros animais”, que parece ser incongruente com a noção de que a palavra *animal* se refere a “outros” seres vivos; então, a criança aprende que *animal*, em um senso mais estrito, refere-se a gatinhos, aranhas e humanos, em vez de refe-

rir-se a gatinhos e aranhas *em oposição* a humanos. A velha e conhecida representação de gatinhos e aranhas permanece, mas é expandida com um novo conhecimento: somos todos animais. É possível que, mais tarde, a criança ouça sua mãe dizer “seu animal!” para seu pai. Se as capacidades mentais da criança estiverem suficientemente desenvolvidas, ela pode encontrar uma incongruência entre uma noção tautológica baseada em um conhecimento prévio (somos todos animais; então, obviamente, seu pai também é um animal) e outra interpretação plausível: seu pai compartilha certas características com outros animais, não humanos; ele come como um cão, por exemplo. A criança aprende que a palavra *animal* é polissêmica: por hábito, ela representa coisas parcialmente diferentes. Dessa forma, os signos da linguagem convencional tornam-se mais e mais complexos, num processo de representações que dá origem a neoapresentações, por meio de incongruências. Entretanto, devido à natureza da linguagem e da realidade, o entendimento completo de uma palavra não existe.

Esses exemplos de neoapresentação indicial e simbólica incluem, sem dúvida, aspectos de iconicidade – e talvez o façam necessariamente. Pode ser que, na significação, o elemento icônico seja aquele que efetivamente torna possíveis a neocognição e a neoapresentação.

O modelo de representação material e mental – Peirce redesenhado

Embora o modo peirceano de mapear as possíveis relações entre representâmen e objeto em termos de ícones, índices e símbolos tenha sido muito influente, apenas um pequeno grupo de semioticistas adotou a classificação que ele sugere dos traços do representâmen “em si mesmo”. De acordo com Peirce, “Quali-signos” são qualidades que são representâmens, “sin-signos” são coisas ou eventos existentes que são representâmens, e “legi-signos” são leis que são representâmens (c.1903, p. 142-143; Cf. 1904, p. 228). Ele elabora de modo intrincado as relações entre esses três tipos de signo, mas a tricotomia tem provado possuir um

poder explicativo apenas limitado. Enquanto os tipos de signo ícone-índice-símbolo (sempre misturados) podem ser vistos como uma tricotomia exaustiva, que cobre todo o campo das relações representâmen-objeto, esta outra tricotomia, que alega explicar os traços do representâmen “em si mesmo”, parece dar conta de apenas determinados aspectos de possíveis tipos de representâmen. Se, por exemplo, é importante para Peirce reconhecer que pensamentos agem como representâmens, a tricotomia quali-signo – sin-signo – legi-signo é de pouca ajuda para descrever as características dos pensamentos que são representâmens. Além disso, a tricotomia parece, de algum modo, deformada: se um legi-signo é uma lei que é um representâmen, como ele pode ser isso “em si mesmo”, quando leis são “usualmente estabelecidas pelos homens” (o que também é o caso dos signos simbólicos), como Peirce observa cuidadosamente (c.1903, p. 142-143)? Contudo, o sin-signo é claramente definido pelas características do próprio representâmen: ele é uma coisa ou evento existente, que possui certas qualidades básicas; ele envolve um conjunto de quali-signos.

Um modo mais simples, mais completo e, talvez, também mais útil de construir tipos de signo com base nas características do representâmen em si seria distinguir entre representâmens materiais (sin-signos) e mentais: entre representâmens constituídos por coisas ou eventos existentes e representâmens constituídos por cognições. Isso está alinhado com a inclinação implícita de Peirce para discutir a significação em termos de representação desencadeada por fenômenos sensoriais e por configurações mentais, respectivamente. Enquanto a semiótica de Peirce está, sem dúvida, firmemente focada na cognição¹¹, suas discussões sobre os signos com frequência envolvem representâmens materiais. Deveríamos observar que a distinção histórica e em grande parte esquecida entre signos *instrumentais* e *formais* (apresentadas em MEIER-OESER, 1997, p. 238-251 e DEELY, 2000, p. 18-19) aproxima-se muito de tal distinção entre representâmens mate-

¹¹ Ver, por exemplo, NESHER, 1990.

riais e mentais (tanto os signos instrumentais quanto formais devem ser entendidos como *alter*-representações, e não *auto*-representações, o que certamente é o caso também para a concepção de representação de Peirce).

Todavia, a distinção entre representâmens materiais e mentais deve estar acompanhada de uma distinção entre objetos materiais e mentais. Essa distinção também está, de certo modo, implícita nos escritos de Peirce, ainda que em termos diferentes. Se o modelo RMM que sugiro se desvia talvez fundamentalmente de Peirce, ele está, não obstante, fundado em seu entendimento básico dos constituintes do signo. Portanto, eu deveria esclarecer o que mantenho e o que não mantenho de Peirce.

Desde o início, Peirce deixa claro que o pensamento deveria ser entendido em termos de representação (1868a, p. 174). Ele escreve um tanto extensivamente sobre “signos-pensamento” (1868a, p. 169-185), e afirma que o pensamento não apenas deve “preceder cada signo”: o pensamento se dá, na verdade, “em signos” (1868, p. 150-151; Cf. 1868, p. 151; c.1895a, p. 169; 1903c, p. 284; 1908a, p. 886; c.1909, p. 233-234). Essa ideia central é reformulada constantemente, como quando, por exemplo, ele enfatiza que “cada pensamento, ou representação cognitiva, é da natureza de um signo” (c.1904, p. 149; Cf. c.1873, p. 216). Em alguns casos, ele até mesmo argumenta que “pensamentos são signos” (1906b, p. 469). Ainda assim, as noções de pensamento e signo não são idênticas. O pensamento pode ser visto como a soma complexa de signos entremeados. O pensar, sugere Peirce, “é essencialmente composto de signos [...] Não que esses signos envolvidos *sejam*, eles mesmos, o pensamento! Não mesmo; um pedacinho da cebola, nem mesmo suas camadas, não são a cebola. (Embora quase o sejam.)” (1906a, p. 10). Consequentemente, ainda que pensamento não seja o mesmo que signos, “não pode haver pensamento sem os Signos” (1906, p. 438-439); “todo nosso pensamento e conhecimento se dá *por meio* de signos” (1904, p. 227, grifo meu).

Não apenas todo pensamento é em signos, mas também deve ser entendido que todos os signos, da forma como escolho delimitar a noção,

são em pensamento; isso decorre, evidentemente, da minha delimitação da semiose à esfera da mente humana. Se não pensamos, não usamos signos. Todavia, isso *não* significa que o pensamento seja tudo o que devemos considerar. A mente não é um sistema fechado em si mesmo. Claramente, Peirce se dá conta disso, ainda que ele não ache que ressaltar as condições materiais do mental seja algo importante para seus propósitos, como um lógico e matemático. Ao lidarmos com as mídias e as artes, no entanto, os aspectos materiais devem ser tratados apropriadamente. Assim, tanto representâmens quanto objetos devem ser entendidos como sendo partes do pensamento, mas também como tendo conexões com o mundo material em que vivem os seres humanos. O que Peirce diz, de fato, sobre os aspectos material e mental dos representâmens e objetos?

Em seus primeiros escritos, Peirce reconhece o aspecto material dos representâmens, mas minimiza sua importância explicitamente. Ele explica que, quando pensamos, “temos presente, na consciência, alguma sensação, imagem, concepção ou outra representação, que serve como um signo”; enquanto esse representâmen mental é “uma manifestação fenomenológica de nós mesmos”, ele também pode ser “um fenômeno de algo sem nós, assim como um arco-íris é, ao mesmo tempo, uma manifestação tanto do sol quanto da chuva” (1868a, p. 169). Algumas vezes, ele enfatiza a diferença entre um “signo mental” e “a qualidade material do signo” (1868a, p. 175), mas também deixa claro que “o modo como a palavra deve soar ou quantas letras deve conter é indiferente para o lógico” (1868a, p. 175). As “qualidades *materiais* do signo” (o número de letras em uma palavra ou a ausência de profundidade em uma pintura), enfatiza Peirce, “nada tem a ver com sua função representativa” (1868a, p. 171). Mais uma vez, ao passo que isso possa muito bem ser verdadeiro no caso de um matemático ao interpretar símbolos lógicos, certamente não o é no caso de um amante da arte ao interpretar uma pintura de Magritte, por exemplo.

Em seus escritos mais tardios, Peirce volta, muitas vezes, à distinção entre as qualidades material e mental do representâmen, nem rejeitando nem enfatizando sua importância. Enquanto sua terminologia e seu foco

mudam ligeiramente, está claro que Peirce, nas margens de sua semiótica, mantém uma delicada distinção entre a qualidade material do representâmen, que é percebida pelo intérprete, e sua qualidade mental, que é um constituinte do pensamento. Ele afirma que um representâmen pode ser “para fora ou para dentro” (c.1896, p. 256) ou, em outras palavras, “externo ou interno” (c.1902a, p. 91; cf. 1902e, p. 396-397; 1905, p. 299-300; 1906b, p. 469-470). De maneira similar, ele observa que há “coisas percebidas” que concordam com “*esquemas* [mentais] ou diagramas-esqueleto imaginários” (1902g, p. 79), e que representâmens podem ser “perceptíveis ou apenas imagináveis” (1910, p. 136). Usando ainda outros termos, Peirce observa que o representâmen pode ser “um objeto existente ou não” (c.1904, p. 149; Cf. 1909c, p. 867-868). Em uma passagem, um representâmen icônico é caracterizado como, de um lado, “um objeto perceptível”, e, de outro, como sendo “da natureza de uma aparição”, e existir, portanto, “apenas na consciência” (c.1903a, p. 359). E, o mais importante, ele também observa que a semelhança dos ícones pode ser tanto “sensorial” quanto “intelectual”.

Além disso, Peirce discute os representâmens simbólicos em termos de entidades tanto materiais quanto mentais: uma palavra pode aparecer “escrita, em discurso oral ou em pensamento silencioso” (c.1903b, p. 248). Contudo, tal diferenciação não é idêntica à sua distinção entre “A palavra em si” e suas réplicas ou corporificações. Peirce explica: “falamos em escrever ou pronunciar a palavra ‘homem’; mas é apenas uma *réplica* ou corporificação da palavra, que é pronunciada ou escrita. A palavra em si não tem qualquer existência, embora tenha uma existência real, *consistindo no fato* de que os existentes *vão* conformar-se a ela” (c.1902, p. 165-166; Cf. c.1903a, p. 359-360, 389-390; c.1903b, p. 238; c.1903c, p. 297; 1908a, p. 887; 1910, p. 136-137). Acho estranha a noção de uma (não existente) “palavra em si”, quase metafísica. Todos os sistemas simbólicos mudam constantemente e, como o próprio Peirce deixa tão agudamente claro, os hábitos constituem o fundamento do simbólico. Aquilo que nós, devido à economia linguística, podemos chamar simplesmente de “uma” palavra é, portanto, nada além de uma soma acumulada de hábitos realizados. Então, se “a palavra em si”

não existe, por que dizer que ela existe em “réplicas” – réplicas de quê? Pode-se argumentar que representâmens simbólicos são corporificações de ideias abstratas; se for assim, representâmens icônicos e indiciais também deveriam ser entendidos como materializações. Em dado momento, Peirce escreve, de fato, sobre a réplica de um índice (c.1903b, p. 250).

Eu preferiria simplesmente dizer que tanto representâmens simbólicos mentais quanto materiais são iterações de hábitos. Como já sabemos a essa altura, o próprio Peirce pensa que tal distinção, entre representâmens mentais e materiais, é de pouca utilidade. Se uma palavra “acontece de ter uma réplica escrita, em discurso oral ou em pensamento silencioso, essa é uma distinção de interesse acuradíssimo para a lógica” (c.1903b, p. 248). Mais uma vez: esse certamente não é o caso para o estudo das mídias e das artes. Portanto, descartei a diferenciação de Peirce entre palavras e suas réplicas e, em vez disso, enfatizei que representâmens simbólicos, como os icônicos e indiciais, podem ter uma existência tanto material quanto mental.

A despeito de sua relativa indiferença quanto ao estímulo sensorial, Peirce observa, algumas vezes, que representâmens materiais podem ser percebidos com os diferentes sentidos. Pode haver diagramas icônicos que sejam “auditivos ou visuais” (1892, p. 259-260), índices podem existir na forma dos “tons e olhares” do locutor (c.1895, p. 192), e símbolos tais como as palavras podem ser realizados como um “som audível” ou uma “forma visível” (1909b, p. 233).

Peirce também descreve o objeto em termos tanto da mente quanto da matéria; ou, em vez disso, tanto como uma entidade mental interna, quanto como um estado de coisas externo. Por um lado, o objeto pode ser uma “ideia” (c.1893, p. 167), um “ícone mental” (c.1893, p. 266) ou “qualidades em percepção” (c.1903b, p. 239; Cf. 1903a, p. 72-73). Por outro, ele pode ser “um indivíduo existente” (c.1902, p. 166), “algum fato ou objeto” (1903c, p. 177) ou “imagens, pinturas familiares [...] reminiscências de visões, sons, sentimentos, gostos, cheiros ou outras sensações” (1896, p. 275). Embora Peirce não esteja ansioso por fazer distinções claras nessas passagens (ele menciona reminiscências de visões e sentimentos lado a lado), acredito que objetos externos

deveriam ser entendidos como coisas, fenômenos e estados de coisas que existem ou tenham existido, e com os quais tenhamos nos tornado familiarizados direta ou indiretamente, por meio de percepção sensorial.

Contudo, em seus últimos anos, Peirce lançou uma distinção entre o objeto imediato e o dinâmico. Eu argumentaria que se trata, essencialmente, de captar uma diferença entre o que é interno e externo à mente. Claro, qualquer coisa que é externa à mente se torna interna assim que nos tornamos cientes dela, mas também ainda pode ter uma existência fora de uma mente. Em um texto em que Peirce exemplifica isso com uma conversa entre o escritor, em 1ª pessoa, e sua esposa, ele diz que o objeto imediato é “a noção do clima no momento atual, na medida em que ela é comum à mente dela e à minha” (a ideia que eles fazem do clima), ao passo que o objeto dinâmico é “as condições meteorológicas Reais, ou verdadeiras, no momento” (como o clima é de fato, independente da ideia que eles fazem dele) (1909, p. 211-212). Objetos imediatos podem, portanto, ser comunicados: eles não estão presos em mentes individuais. O estudo cuidadoso dos fatos pode aumentar nosso conhecimento de objetos dinâmicos – nesse caso, a “*identidade*” do tempo real. Isso é esclarecido em outra passagem, onde Peirce argumenta que o objeto imediato é “o Objeto como cognocido no Signo e, portanto, uma Ideia”, enquanto o objeto dinâmico é “o Objeto em relações tais que um estudo ilimitado e final demonstraria”; o objeto dinâmico é investigado pela “ciência ‘Objetiva’” (1909d, p. 138). Em essência, então, representâmens se referem a objetos que podem ter duas facetas: enquanto um objeto é, certamente, uma entidade mental, ele também pode ter existência externa; todavia, a exata natureza desse objeto dinâmico, “a Realidade” (1906, p. 422), pode ser difícil – ou talvez impossível – de apreender, uma vez que ele não está “imediatamente presente” (1908b, p. 232; Cf. c.1907, p. 324-325; 1908a, p. 886; 1909; para discussões enriquecedoras, ver também Santaella Braga 1988).

Vimos que Peirce não ignora – ainda que, certamente, minimize – a importância dos aspectos externos da semiose, e especialmente a faceta

material dos representâmens. Entretanto, ele enfatiza claramente os aspectos mentais dos signos (Cf. BRANDT, 2003, p. 29; BAUER, ERNEST, 2010, p. 18-21). Minha sugestão é enfatizar as partes externas dos representâmens, bem como dos objetos; certamente, não a fim de colocar o núcleo mental da semiose entre parêntesis, mas, sim, de tornar mais completa a compreensão da mente interpretante. Insisto em distinções claramente formuladas entre o material e o mental, e entre os diferentes tipos de percepção sensorial do material. Isso não é porque penso que eles não estejam relacionados; pelo contrário: o objetivo das distinções é que funcionem como uma plataforma para escrutinar suas inter-relações íntimas e realçar as dificuldades envolvidas nas distinções propriamente ditas. Não há dúvida de que a significação ocorre na mente, mas se cortarmos o material, nada resta – então, é melhor lidar com ele.

Essa posição é apoiada por um insight crescente da conexão entre percepção e pensamento. Na base de uma enorme gama de referências de investigação, Marcel Danesi argumenta que “o pensamento abstrato está ligado, em primeiro lugar, ao sistema visual e a outras modalidades sensoriais” (1990, p. 233). Há muita evidência de que a cognição se baseia na e é formada pela percepção (BARSALOU, 1999). Como grandes partes do nosso cérebro processam informação visual, o visual é, obviamente, essencial; mas como argumenta Mark Johnson, todos os nossos sentidos devem ser incluídos, a fim de obtermos uma noção rica daquilo que ele chama de “esquemas imagéticos” (1988, p. 29). A influente psicóloga Jean Mandler alega que “crianças tornam-se capazes de pensar, ou seja, de ir além da caracterização perceptual para formar conceitos” porque “os atributos dos conceitos adultos podem ser derivados dos primitivos infantis”. A categorização perceptual envolve elementos de “atividade conceitual”. Todos os nossos primeiros conceitos baseiam-se na experiência sensorial. Mandler propõe que “a análise perceptual resulta em redescrições da estrutura espacial na forma de esquemas-imagem” (1992, p. 587). Em artigo recente, no qual revisa evidências empíricas de sua teoria, Mandler discute “primitivos espaciais” e conclui que “os conceitos

pré-verbais que são formados derivam de informação espacial saliente, em grande parte baseada no movimento” (2007, p. 746). Ela também descreve como “conceitos globais” são diferenciados em ideias mais detalhadas.

Disso, podemos concluir que, se todo pensamento ocorre em signos, os signos devem ter muito a ver com a base perceptual do pensar. Michael Hoffmann enfatiza que sistemas cognitivos deveriam incluir tanto elementos “internos” quanto “externos”, como diagramas visuais (2011, p. 199). Da mesma forma, argumento que sistemas semióticos deveriam incluir tanto elementos cognitivos internos quanto elementos materiais externos e, para além disso, uma compreensão de como a cognição é influenciada via percepção do mundo material que cerca a mente. O que faço aqui é esboçar os contornos de tal sistema semiótico. Em resumo, argumento que, embora os signos sejam sempre mentais, muitos deles são constituídos por representâmens e objetos que possuem conexões vitais com o mundo externo e material (Cf. ELLESTRÖM, 2010; NÖTH, 2011, p. 449-450). Como interpretantes são resultados de interações entre representâmens e objetos, eles estão indiretamente ligados a esse mundo.

Assim, advogo a visão de que os representâmens sempre têm uma faceta mental e, algumas vezes, também uma faceta material. Os representâmens mentais se originam na mente como resultado do pensamento; os representâmens materiais se originam quando a mente percebe sense-data do mundo material, e processa essa informação externa em sensações internas e cognição. De forma semelhante, argumento que os objetos sempre possuem uma faceta mental e, às vezes, também uma material. Objetos mentais são configurações armazenadas na mente. Objetos materiais são configurações armazenadas na mente formadas a partir de recordações de uma antiga percepção sensorial e, portanto, apontam na direção do mundo exterior. Considerando que os interpretantes processam a relação entre representâmens e objetos, também se pode dizer que os interpretantes incluem, indiretamente, aspectos materiais; contudo, os interpretantes são, sem sombra de dúvida, o núcleo mental da significação (claro, isso não

seria verdade se o modelo incluísse a noção peirceana de interpretantes energéticos, tais como os esforços musculares).

Consequentemente, deve ser observado que duas capacidades mentais distintas formam as pontes entre o material e o mental; são elas: a percepção e a recordação. Os itens e fenômenos materiais que formam os representâmens são, para ser preciso, entidades percebidas. Pela mesma lógica, os itens e fenômenos materiais que formam os objetos são, em senso estrito, entidades recordadas. Não obstante, podemos e deveríamos distinguir entre a atividade mental que é desencadeada por diferentes tipos de estímulo sensorial e a atividade mental que é autopropulsionada, por assim dizer; e entre a atividade mental que aponta para recordações de percepções sensoriais de coisas e fenômenos mais palpáveis e a atividade mental que aponta para configurações conceituais menos concretas. As relações entre as facetas internas e externas do representâmen e do objeto estão incluídas na representação visual e icônica do modelo RMM completo, mostrado na Figura 16.

Nesse sentido, o modo mais estrito de falar sobre representâmens e objetos seria dizer que há representâmens e objetos que têm apenas uma faceta mental, e representâmens e objetos que têm tanto uma faceta mental quanto uma material. Em nome da conveniência, refiro-me a eles simplesmente como representâmens e objetos mentais e materiais, respectivamente.

Um representâmen mental é gerado na mente, o que significa que não é percebido com os sentidos. Ele é um elemento do pensamento. Todo pensamento é, essencialmente, formado por experiências anteriores de corporalidade, percepção sensorial e interação física com o mundo material, o que significa que poderíamos dizer que representâmens mentais envolvem aspectos materiais. Todavia, um representâmen mental não está ancorado em uma percepção sensorial direta. Por exemplo, podemos pensar sobre o que cozinhar para o jantar, e o conhecimento de que o óleo de oliva acabou se torna um representâmen indicial para a necessidade de ir à mercearia após o trabalho. Se voltarmos suficientemente no tempo, todos os representâmens mentais estão ancorados em algum tipo de percepção sensorial prévia. No caso do óleo de oliva, é preciso

que tenhamos visto, mais cedo, que a garrafa estava vazia, ou então que tenhamos ouvido alguém dizer que o azeite havia acabado. Ainda assim, o pensamento sobre cozinhar enquanto estamos, de fato, longe da cozinha, envolve representâmens que são mais bem entendidos como mentais.

Um representâmen material é percebido com um ou mais dos nossos sentidos; a significação é desencadeada por um estímulo externo. Porém, assim que todos os sense-data tiverem sido transformados em sensações, a significação passa a ser apenas uma questão de trabalho mental. Se ouvimos uma peça musical, por exemplo, isso pode gerar significado. As qualidades rítmicas e sonoras podem, digamos, ser iconicamente conectadas a sentimentos de angústia. Enquanto a música, mais do que muitos outros tipos de mídia, frequentemente provoca respostas emocionais, isso não significa que não haja representação envolvida; pelo contrário: pode-se dizer até mesmo que uma ligação icônica forte entre representâmen e objeto seja pré-requisito para uma resposta emocional forte. Em todos os casos, o som musical é, sem dúvida, um representâmen material. Contudo, se nos lembramos da música uma hora ou até um ano depois, e ouvimos seu som em nossa mente, ela pode, novamente, gerar o mesmo significado. Nesse caso, penso que é justo dizer que o representâmen material inicial ainda está ativo; ou talvez, mais acuradamente, que a faceta mental do representâmen que outrora também tivera uma faceta material continua intacta: seu impacto mental é tão forte que a memória da música desencadeia a mesma significação que a música verdadeira. Entretanto, talvez com mais frequência, a lembrança de uma peça musical é mais como a lembrança de uma garrafa vazia de óleo de oliva: torna-se abstrata e misturada com outras lembranças. Se a lembrança da música não desencadeia mais a mesma significação que a música em si causou anteriormente, ela se libertou definitivamente da faceta material do representâmen.

Um objeto mental consiste em configurações armazenadas da mente que não são imediatamente identificáveis como derivações de percepções sensoriais concretas prévias. Tal qual um representâmen mental, um objeto mental é, sem dúvida, um elemento do pensamento. Ele não é uma lem-

brança de uma ou várias percepções relacionadas do mundo exterior; em vez disso, ele é informação armazenada de um tipo mais geral e abstrato: ideias, conceitos, generalizações, esquemas, crenças e assim por diante. Mais uma vez, deve ser enfatizado que todo pensamento e, conseqüentemente, todo objeto mental é moldado pela experiência de ser um corpo que tem interação física com o mundo material; como representâmens mentais, os objetos mentais envolvem certos aspectos materiais. Todavia, os objetos mentais foram processados de tal forma pela mente que não mais se conectam diretamente a uma percepção sensorial anterior. Na verdade, o fato de se conectarem indiretamente a uma percepção sensorial é uma parte vital da representação metafórica. Mas fazer essa afirmação é muito diferente de declarar simplesmente que todos os objetos mentais se conectam ao mundo material de um modo ou de outro. Há uma diferença de grau importante entre conexões sensoriais fracas e fortes; dizer que o objeto é mental, eu sugiro, é dizer que sua conexão com o mundo material imediato é indireta e fraca – o que não exclui a ideia de que ele pode ser complexo e repleto de conhecimento vital (Cf. ELLESTRÖM, 2013, p. 100-107). Um exemplo de objeto mental é a noção de progresso. Enquanto está claro que ela se baseia em experiências de movimento material em uma determinada direção, a noção em si é abstraída e pode ser aplicada a um campo mental de empreendimentos muito amplo. Se tomamos algo que represente o progresso, o objeto envolvido é, portanto, mental.

Um objeto material, entretanto, não apenas tem uma faceta mental, mas também uma material. Se algo é visto como representando uma criança correndo em direção a um vendedor de sorvetes, esse é um objeto material que se conecta forte e diretamente a experiências sensoriais concretas. Não precisamos ter visto ou ouvido exatamente esse tipo de evento para fazer a conexão direta: pode ser suficiente ter visto uma pessoa correndo na vida real, um vendedor de cachorro-quente na televisão, e um sorvete em um livro infantil. A soma dessas impressões sensoriais basta para tornar conhecido o objeto de uma criança correndo em direção ao vendedor de sorvetes, e possivelmente para recordá-lo. Sobre esse objeto material, poderíamos dizer que se trata

de um exemplo específico e fisicamente perceptível da noção de progresso; a faceta material de um objeto sempre coexiste com sua faceta mental.

Outro exemplo: se um desenho é percebido como representando um carro iconicamente, o representâmen (o desenho) é material e visual, e o objeto (um carro) é material e visual (no sentido de que são apenas os aspectos visuais do carro que estão representados de fato). Contudo, o que a representação traz à luz não é, claro, um carro real, mas em lugar disso uma recordação mental de como é um carro em geral. Algumas representações, porém, podem gerar recordações mentais de coisas, fenômenos e situações materiais muito específicos, que existem ou tenham existido – por exemplo, nosso próprio carro, que está estacionado em local próximo. Nesses casos, uma correspondência muito forte é criada entre o esquema mental e uma existência específica no mundo. Claro, uma representação simbólica ou indicial do mesmo objeto material também pode ser trazida à tona ao dizermos, simplesmente, “meu carro” ou “seu carro”, dependendo de quem está falando, ou ao apontarmos para o carro e dizermos “aquele”.

Permitam-me ilustrar a natureza multifacetada dos objetos materiais com ainda mais um exemplo. A maior parte de nós reconhece imagens do homem na lua. Os objetos de tais representações não são algo que tenhamos de fato visto em sua inteireza. Para a maioria, o que recordamos ao ver tais imagens é informação armazenada a partir de outras representações, em vez de lembranças reais de percepções de homens na lua. Um grande número de coisas que tomamos por objetos materiais de representação realmente existentes é, na verdade, constituído por informação armazenada a partir de todos os tipos de produtos de mídia, que representam aquilo que, tendo ou não boas razões, acreditamos que sejam coisas e eventos materiais existentes. Pode até ser que nunca tenhamos visto, ouvido, sentido, provado ou cheirado a maior parte das coisas que tomamos como parte do mundo físico existente.

Portanto, dizer que algo é um objeto material não é, necessariamente, uma declaração da verdade: pode ser simplesmente uma declaração de crença. O que podemos chamar de colagens mentais, como no caso da criança

nunca-realmente-observada correndo em direção ao vendedor de sorvetes, ou do homem na lua – ambos constituídos de certos aspectos que nunca percebemos –, podem corresponder a objetos reais, mas também podem ser enganadoras. Vendedores de sorvete existem; os homens na lua muito provavelmente existiram; mas é provável que unicórnios não existam – tendo em vista que, até agora, apenas a realidade das representações de unicórnios pôde ser verificada. Entretanto, se vimos representações icônicas que nos dizem ter unicórnios como objetos, essa informação é armazenada, e pode ser recordada na crença de que unicórnios realmente existem. Quando vemos outra representação do mesmo tipo, podemos dizer que seu objeto é um unicórnio; contudo, seria mais correto dizer que se trata de uma representação de um objeto mental – a ideia de um unicórnio – que foi criado com base em objetos materiais reais que não são unicórnios, mas sim as supostas representações de tais criaturas; em outras palavras, a noção de unicórnios existentes de fato tem sido enganosamente apoiada por experiência colateral.

Em resumo, alguns objetos estendem-se em direção ao mundo material existente; todavia, não existe um modo fácil de decidir se um objeto é verdadeiramente material, no sentido de corresponder a fatos reais do mundo, ou apenas mentais. A representação inclui verdades e mentiras, fato e ficção, conhecimento verificado e hipóteses. Se o ceticismo quanto à possibilidade de reunir informação confiável por meio dos sentidos é levado suficientemente longe, acabamos no solipsismo.

Claramente, as distinções entre representâmens e objetos mentais e materiais não são, de modo algum, definitivas. Contudo, elas nos ajudam a ver variações e nuances da representação que seriam obscurecidas se o intervalo entre o material e o mental fosse ignorado. Considerando que a percepção sensorial desempenha um papel vital para a cognição, a faceta material dos representâmens pode ser crucial para a natureza da significação que ela desencadeia, e isso deve ser uma parte importante de um sistema semiótico adequado para lidar com as mídias e as artes. Tal sistema também deve ser capaz de lidar com as demandas relacionadas à representação fiel do mundo exterior.

Séries sígnicas – como compreender os signos

A noção de um signo tripartite, que é mental em seu núcleo e inclui tanto a reconhecimento quanto a neocognição, mas com conexões com o mundo material imediato, faz sentido apenas se um signo for entendido como um elo em cadeias de significação. Nenhum signo existe fora da mente; os signos constituem o pensamento, e o pensamento é um fluxo. Peirce observa, apropriadamente, que “não pode haver um signo isolado” (1906, p. 439). Desde o início, ele deixa claro que um

“signo-pensamento [...] é sempre interpretado por um pensamento subsequente nosso. Se, depois de qualquer pensamento, a corrente de ideias flui livremente, ela segue a lei da associação mental. Nesse caso, cada pensamento anterior sugere algo ao pensamento que o segue, ou seja, é o signo de algo para este último” (1868a, p. 169).

Isso é o que Peirce chama de “a tradução sem fim de signo para signo” (c.1873, p. 217-218). Ele volta à questão em inúmeras ocasiões: cada vez com novos matizes, mas com poucas diferenças essenciais: “todo pensamento é um signo” e “todo pensamento precisa ser interpretado em outro” (1868, p. 151; Cf. 1903d, p. 416; 1903e, p. 194-195); “um novo símbolo só pode surgir a partir de outro” (c.1895a, p. 169; Cf. c.1903b, p. 260, 1906a, p. 11-12). Um entendimento mais formal desse fenômeno é introduzido quando Peirce diz que o interpretante se torna um novo representâmen: “um signo, ou *representâmen* [...] cria um signo equivalente na mente dessa pessoa, ou talvez um signo mais desenvolvido. Chamo esse signo que é criado de *interpretante* do primeiro signo” (c.1897, p. 135). Assim, o interpretante completa um signo e, simultaneamente, inicia outro; o interpretante se torna, por sua vez, um representâmen, “e assim *ad infinitum*” (1902a, p. 169; Cf. 1902f, p. 51-52; p. c.1902, p. 156-157).

Observamos que, frequentemente, os signos possuem um caráter misto, consistindo de traços icônicos, indiciais e simbólicos, ainda que um

tipo de representação possa muito bem dominar. De modo similar, séries sígnicas consistem de diferentes tipos de signo: o interpretante de um símbolo pode ser o representâmen de um ícone, e assim por diante (1902f, p. 52; c.1902, p. 166-167). Conforme as séries sígnicas se expandem, o pensamento se desenvolve; séries sígnicas não consistem de repetições estáticas de representações, mas, sim, de adições dinâmicas de representações e neoapresentações. Os interpretantes, resultados da neoapresentação que se tornam novos representâmens, são os retransmissores do processo de significação. Isso pode ser ilustrado com a ajuda de um diagrama como o da Figura 11. A série de significação representada aqui é potencialmente ilimitada, e pode-se dizer que forma a espinha dorsal das séries sígnicas.

Entretanto, o mundo é constituído por mais do que pensamento em mentes isoladas. A mente individual percebe informação das imediações e se comunica com elas. Além disso, mesmo nos casos em que se pode dizer que ocorre comunicação entre duas mentes, a informação é materialmente mediada e percebida pelos sentidos. Um modelo de significação envolvendo as mídias deve, no mínimo, incluir um representâmen material que não tenha sido previamente um interpretante. Poder-se-ia, talvez, dizer que o estímulo externo inicia uma nova série de signos. Porém, isso não é completamente verdadeiro. Considerando que o objeto é sempre conhecido de alguma forma, como argumentei – ele já está na mente quando o novo estímulo externo procura por conexões mentais, por assim dizer, o que significa que a mente o escolhe e o anexa ao estímulo externo, que é constituído como um representâmen material –, precisamos perguntar de onde o objeto realmente vem. A resposta é que, se o objeto requer experiência colateral, deve ser formado por pensamento prévio, o que equivale a dizer que ele é resultado de processos de significação anteriores. Minha conclusão é a de que objetos, como representâmens mentais, são antigos interpretantes. Talvez isso seja sugerido por Peirce em sua observação de que o objeto “é, em si, da natureza de um signo ou pensamento” (1903c, p. 284). Portanto, advogo a visão de que interpretantes podem ou desencadear significação, em virtude de se tornarem novos representâmens, ou tornar-se parte da significação

que é desencadeada por outros representâmens, em virtude de se tornarem objetos. Na Figura 11, os objetos parecem estranhamente isolados, e penso que o diagrama visual deva ser destrinchado a fim de ilustrar tanto a entrada de estímulo externo quanto a trajetória do objeto cujo lugar o representâmen material vem a ocupar. A Figura 12 mostra uma seção de séries sígnicas que se cruzam quando um representâmen material se liga a um objeto que havia surgido como o resultado de significação prévia.

Por exemplo: imaginemos que alguém tenha se familiarizado com situações em que o som da palavra *socorro* viesse de pessoas em perigo. O resultado dessas experiências prévias é o de que o som, depois de algumas circunstâncias em que funcionou como um representâmen indicial para pessoas em perigo, adquiriu o status de um símbolo para situações críticas de natureza diversa; um interpretante consistindo de uma noção de problemas graves, mesclada com voz agitada, é formado e armazenado na mente. Tudo isso deve ser inscrito na elipse superior que contém a semiose prévia, mostrada na Figura 12.

Imaginemos agora que alguém escute uma música e ouça o cantor gritar por “socorro”. O som dessa palavra, então, torna-se um representâmen material. Ele se conecta à noção de problemas graves, mesclada à voz agitada, o que significa que esse interpretante armazenado torna-se o objeto da palavra *socorro*. Entretanto, o som da voz que canta é, de alguma forma, diferente das qualidades tonais padrão para pessoas em sério perigo. O resultado dessa discrepância pode ser o de que o ouvinte interprete o grito como um apelo por ajuda com, digamos, problemas que sejam em parte bastante agradáveis. Essa é uma neoapresentação resultando em um interpretante que consiste em uma noção de problemas-não-tão-graves mesclada a um tom de voz ambíguo. Esse interpretante é parte da nova semiose desencadeada pela canção, e seria inscrito na elipse inferior da Figura 12. Conforme a canção segue, é provável que esse interpretante se transforme em um representâmen que se refira a algum outro objeto tornado relevante pelo contexto: o objeto pode ser a noção de amor, por exemplo, que por sua vez foi formada com base em uma série sígnica anterior.

O resultado do encontro entre o novo interpretante e o objeto do amor está destinado a ser ainda outro passo da neopresentação, e assim por diante.

Obviamente, o diagrama na Figura 12 é uma simplificação da teia complexa da semiose. O modelo de séries sígnicas entrecruzadas oferece um modo de descrever uma realidade imensamente complicada. Outros potenciais obstáculos que eu já havia deixado implícitos são, por exemplo, que um representâmen pode consistir tanto de detalhes (digamos, letras individuais ou um ponto azul) quanto de complexos de detalhes (um poema ou uma pintura) (Cf. PEIRCE, c.1893, p. 267), e que um representâmen pode ter muitos objetos formando “um Objeto complexo” (PEIRCE, 1910, p. 136; Cf. c.1893, p. 266-267) (digamos, uma imagem que se pareça com uma mulher com a forma de uma banana). Anteriormente, argumentei que muitas impressões sensoriais armazenadas podem formar um objeto composto que se encaixe no mundo como imaginamos que ele seja (por exemplo, um vendedor de sorvete); entretanto, um complexo de ícones familiares também pode formar “uma imagem composta da qual o todo não é familiar” (PEIRCE, 1896, p. 276). Além disso, Peirce sugere que “um complexo de [signos] pode ter um interpretante” (1906, p. 438). Embora também se possa tentar criar representações icônicas visuais dessas concepções, penso que já deixei claro meu ponto de vista no que diz respeito à complexidade de séries sígnicas entremeadas.

As séries sígnicas terminam? Com frequência, Peirce escreve sobre “intermináveis” ou “infinitas séries de interpretantes” (c.1903b, p. 261; Cf. sem data). Entretanto, em um de seus primeiros escritos, ele também argumenta que “A sucessão do nosso do pensamento pode, é verdade, ser interrompida” por outras coisas em nossa mente; ela também pode “esvaír-se gradualmente”; contudo, Peirce enfatiza que a sucessão do pensamento não chega necessariamente a um fim, mas, em vez disso, a um repouso. É apenas a morte que encerra definitivamente a tradução e a interpretação de signos-pensamento em signos-pensamento subsequentes (1868a, p. 169-170). Em outros momentos, Peirce argumenta que as séries sígnicas podem muito bem chegar a um fim. Do ponto de vista

de um lógico, isso não é bom: “assim, o signo torna-se imperfeito, pelo menos” (1902a, p. 169). Contudo, também existe uma forma adequada de encontrar fechamento. Um tanto paradoxalmente, ele afirma que “cada série interminável precisa, logicamente, ter um limite” (c.1903b, p. 261). Mais ao final de sua carreira, ele enfatiza que alguns signos podem ter um “interpretante lógico *definitivo*” ou “um interpretante lógico derradeiro”: um interpretante de tipo conceitual que não possui quaisquer outros interpretantes (c.1907, p. 327, 341-342). O interpretante final, conclui, “é aquele que *seria finalmente* considerado como o interpretante verdadeiro, se a discussão sobre essa questão fosse levada até o ponto em que se atingisse uma opinião definitiva” (1909d, p. 139; Cf. c.1903b, p. 240; 1909^a; 1910, p. 136-137; sem data; Cf. ROSENTHAL 1990; LALOR 1997).

No estudo das mídias e das artes, entretanto, o interpretante final pode ser excluído como opção; se aprendemos alguma coisa ao longo do último século, é que o conhecimento sobre a atividade humana é limitado pelo contexto – e contextos não têm limites. Além disso, considerando a natureza frágil da memória e outras limitações cognitivas naturais, acho difícil entender em que sentido as séries sígnicas poderiam verdadeiramente continuar até o dia da nossa morte. A significação é, frequentemente, interrompida. Alguns interpretantes são armazenados na memória, enquanto outros são esquecidos. Nós dormimos e descansamos, perdemos interesse, e sofremos traumas e doenças que afetam nossas mentes; enquanto algumas séries sígnicas esvaecem, outras são bloqueadas. Séries de significação verdadeiramente sem fim são uma maldição, e somos abençoados por não as ter.

Observações finais

Peirce foi um pensador e explorador pioneiro e brilhante da semiótica, mas certamente não infalível. Enquanto muitos de seus insights iluminam problemas difíceis, sua própria terminologia vacilante provoca algumas questões. Como lógico, sua força reside na criação de sistemas, mas nem todos os seus sistemas

estão em perfeita harmonia. Não é necessário dizer que essa é a minha opinião, baseada nas minhas capacidades e limites. O trabalho de Peirce, de toda uma vida apesar de fragmentário, sobre semiótica é um quebra-cabeças em que muitas peças se encaixam muito bem, e outras, não. Neste artigo, não tentei completar o quebra-cabeças da forma como o próprio Peirce pode ter desejado. Algumas peças foram encaixadas com algum esforço, enquanto várias outras foram descartadas. O quadro completo é minha versão de algumas questões centrais da semiótica peirceana: uma semiótica para matemáticos e lógicos adaptada ao estudo das mídias e das artes. Estou convencido de que muitos leitores acharão distorcida minha versão de Peirce, bem como cheia de equívocos e simplificações; que eu fui muito descuidado com a navalha de Ockham. Alguns dirão que meu modelo de representação material e mental não tem absolutamente nada a ver com Peirce. Isso caberá a outros julgar. Todavia, esforcei-me para não interpretar equivocadamente as noções mais centrais que escolhi para análise, enquanto, ao mesmo tempo, tentei ser claro sobre em que momentos me afasto de Peirce e acrescento minhas próprias ideias.

Embora o modelo RMM seja esboçado com certo nível de detalhamento neste artigo, fui capaz apenas de insinuar algumas características centrais das mídias que precisam ser consideradas sistematicamente no âmbito dessa moldura teórica, caso desejemos atingir uma compreensão mais completa da semiótica das mídias. Em primeiro lugar, a discussão sobre representâmens e objetos materiais precisa ser completada com uma consideração detalhada dos diferentes sentidos que usamos para nos conectarmos ao mundo material imediato¹². Além disso, tipos de mídia são caracterizados por diferentes formas de espacialidade e temporalidade; esses traços também deveriam ser inscritos no modelo RMM¹³.

Finalmente, penso que conectar as diferentes noções de representação usadas, respectivamente, pela semiótica e pela ciência cognitiva é uma questão urgente. O termo *representação mental* é frequentemente utilizado no campo da ciência cognitiva, quase sempre sem uma explicação precisa sobre

¹² Ver ELLESTRÖM, 2010.

¹³ Ver ELLESTRÖM, 2013; e, neste livro, "As modalidades das mídias".

aquilo a que se refere. Enquanto este não é o lugar para nos estendermos sobre um tópico tão difícil, penso que o termo, na verdade, refere-se a três coisas diferentes: o que tenho chamado, aqui, de representâmen mental; de objeto mental; e de núcleo mental da relação entre os dois: a representação.

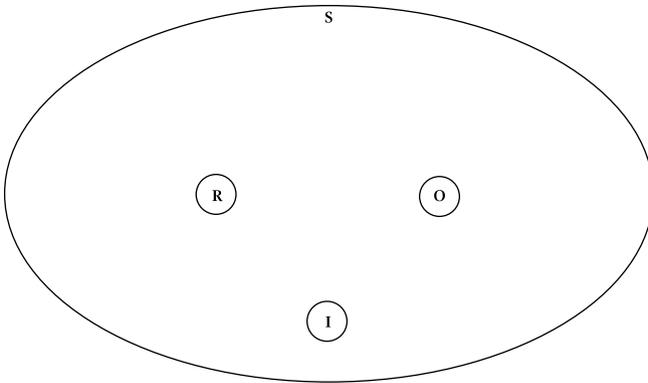


Figura 13. Os três constituintes do signo.

- R = Representâmen; o constituinte do signo que desencadeia a semiose; o Representâmen está no lugar do Objeto
- O = Objeto; o constituinte do signo que é previamente vivenciado; o Objeto é denotado pelo Representâmen
- I = Interpretante; o constituinte do signo que resulta da semiose; o Interpretante é um efeito mental do Representâmen e do Objeto
- S = Signo; a totalidade formada por Representâmen, Objeto e Interpretante

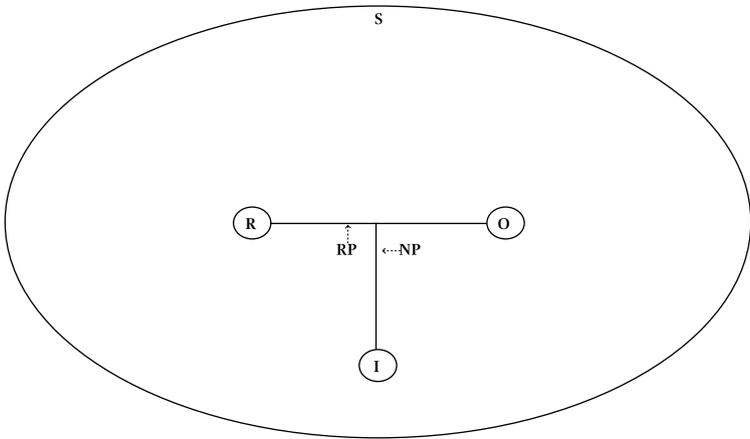


Figura 14. Os três constituintes do signo; representação e neoapresentação.

R = Representâmen

O = Objeto

I = Interpretante

RP = Representação; a atividade relacional entre Representâmen e Objeto

NP = Neoapresentação; a atividade relacional entre [Representâmen e Objeto] e [Interpretante]

S = Signo, Significação; o Signo é a totalidade composta por Representâmen, Objeto e Interpretante; a atividade do signo inclui Representação e Neoapresentação e pode ser chamada de Significação

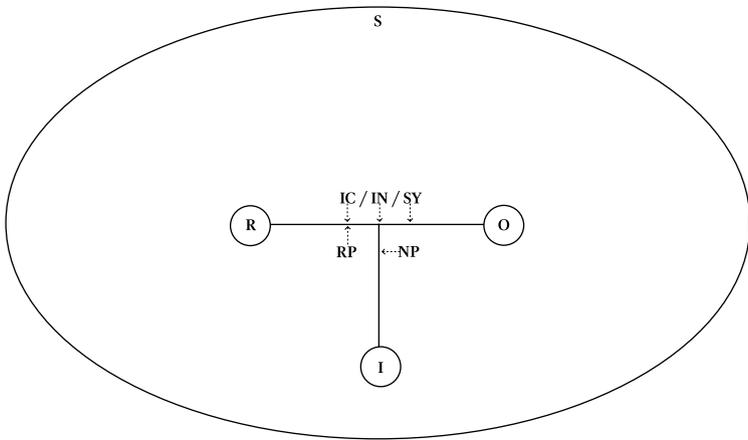


Figura 15. Os três constituintes do signo; representação e neoapresentação; três tipos de representação.

R = Representâmen

O = Objeto

I = Interpretante

RP = Representação

IC = Representação icônica=Iconicidade; o primeiro tipo de representação, enraizado nos traços específicos do Representâmen; o Representâmen e o Objeto estão relacionados com base na similaridade

IN = Representação indicial=Indicialidade; o segundo tipo de representação, enraizado em uma conexão real entre o Representâmen e o Objeto; o Representâmen e o Objeto estão relacionados com base na contiguidade

SY = Representação simbólica=Simbolicidade; o terceiro tipo de representação, enraizado na realização de um Interpretante; o Representâmen e o Objeto estão relacionados com base nos hábitos

NP = Neoapresentação

S = Signo, Significação

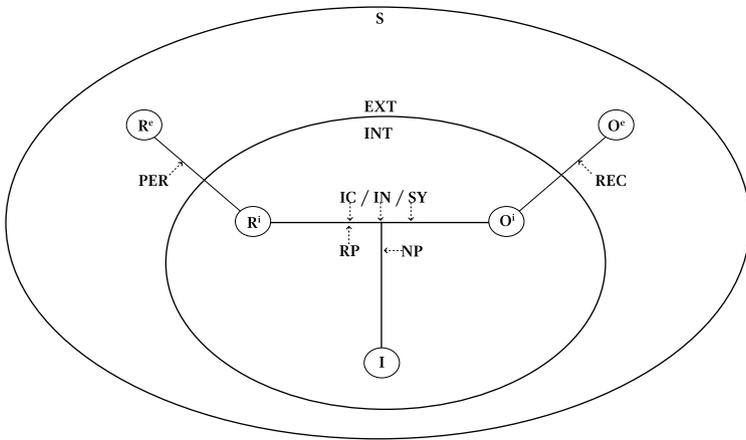


Figura 16. O modelo de representação material e mental.

EXT = Esfera material externa

INT = Esfera mental interna

PER = Percepção

REC = Recordação

Ri = Faceta mental interna do Representâmen
(sempre parte da significação)

Re = Faceta material externa do Representâmen que atinge a mente por
meio da percepção (apenas algumas vezes parte da significação)

Oi = Faceta mental interna do Objeto (sempre parte da significação)

Oe = Faceta material externa do Objeto que a mente busca através
da recordação (apenas algumas vezes parte da significação)

I = Interpretante

RP = Representação

IC = Representação icônica

IN = Representação indicial

SY = Representação simbólica

NP = Neoapresentação

S = Signo, Significação

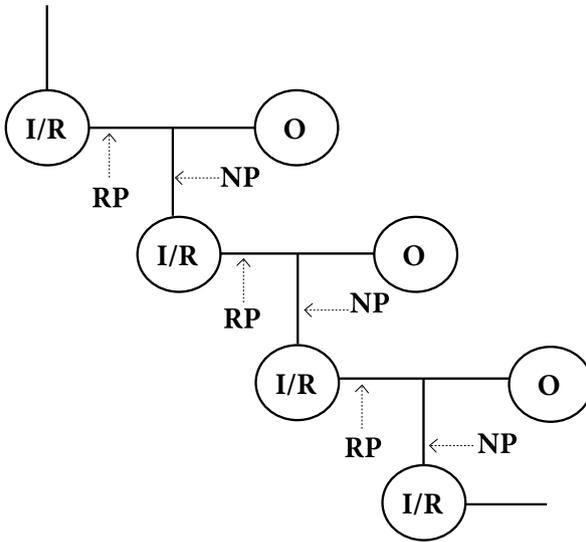


Figura 11. A espinha dorsal da série sígnica.

I/R = Interpretante que se torna um novo Representâmen

O = Objeto

RP = Representação

NP = Neoapresentação

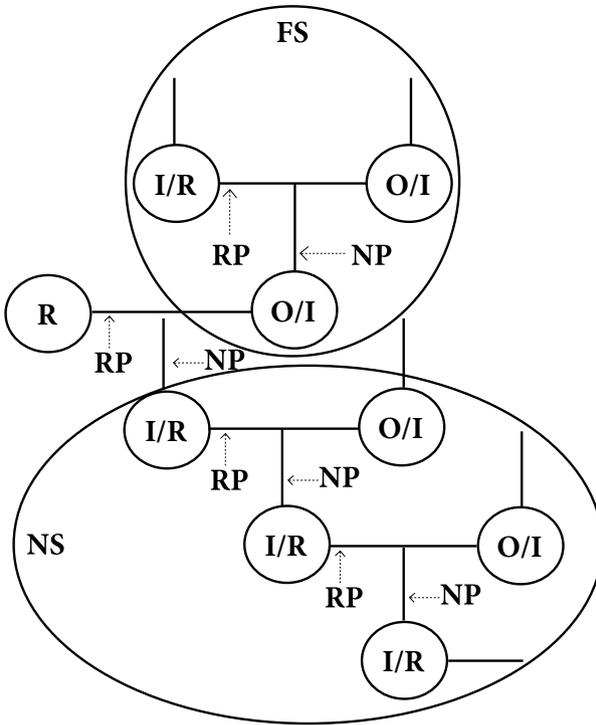


Figura 12. Séries sígnicas entrecruzadas com representâmen material.

- R = Representâmen material que desencadeia nova semiose
- O/I = Objeto que anteriormente era um Interpretante
- I/R = Interpretante que se torna um novo Representâmen
- RP = Representação
- NP = Neoapresentação
- FS = Semiose anterior
- NS = Nova semiose

Referências

- BARSALOU, Lawrence W. Perceptual Symbol Systems. *Behavioral and Brain Sciences*, v. 22, p. 577-609, 652-660. 1999.
- BAUER, Matthias; Christoph ERNST. *Diagrammatik: Einführung in ein kultur- und medienwissenschaftliches Forschungsfeld*. Bielefeld: Transcript, 2010.
- BENEDICT, George A. What Are Representations? *Transactions of the Charles S. Peirce Society*, v. 21, p. 241-270, 1985.
- BERGMAN, Mats. Peirce's Derivations of the Interpretant. *Semiotica*, v. 144, p. 1-17, 2003.
- BRANDT, Per Aage. Toward a Cognitive Semiotics. *Recherches en Communication*, v. 19, p. 21-34, 2003.
- BURKS, Arthur W. Bibliography of the Works of Charles Sanders Peirce. In: BURKS, Arthur W. (Ed.). *The Collected Papers of Charles Sanders Peirce*, volume VIII, Cambridge, MA: Harvard University Press, 1958, p. 249-330.
- DANESI, Marcel. Thinking is Seeing: Visual Metaphors and the Nature of Abstract Thought. *Semiotica* v. 80, p. 221-237, 1990.
- DEELY, John. The Latin Foundation for Semiotic Consciousness: Augustine (5th century AD) to Peirce (19th century). *Recherches Sémiotiques/Semiotic Inquiry* v. 20, p. 11-32, 2000.
- ELLESTRÖM, Lars. Iconicity as Meaning Miming Meaning, and Meaning Miming Form. In: CONRADIE, C. Jac (Ed.) et al.; *Signergy* [Iconicity in Language and Literature 9], Amsterdam: John Benjamins, 2010, p. 73-100.
- _____. Spatiotemporal Aspects of Iconicity. In: ELLESTRÖM, Lars (Ed.); FISCHER, Olga (Ed.); LJUNGBERG, Christina (Ed.). *Iconic Investigations* [Iconicity in Language and Literature 12], Amsterdam: John Benjamins, 2013, p. 95-117.
- HOFFMANN, Michael H. G. Cognitive Conditions of Diagrammatic Reasoning, *Semiotica*, v. 186, p. 189-212, 2011.
- JOHANSEN, Jørgen Dines. A Semiotic Definition of Literary Discourse, *Semiotica*, v. 165, p. 107-131, 2007.
- JOHNSON, Mark. Some Constraints on Embodied Analogical Understanding. In: HELMAN, David H. (Ed.). *Analogical Reasoning: Perspectives of Artificial Intelligence, Cognitive Science, and Philosophy*, Dordrecht: Kluwer, 1988, p. 25-40.

LALOR, Brendan J. The Classification of Peirce's Interpretants, *Semiotica*, v. 114, p. 31-40, 1997.

MANDLER, Jean M. How To Build a Baby: II. Conceptual Primitives, *Psychological Review*, v. 99, p. 587-604, 1992. doi:<http://dx.doi.org/10.1037/0033-295X.99.4.587>

_____. On the Origins of the Conceptual System, *American Psychologist*, v. 62, p. 741-751, 2007. doi: <http://dx.doi.org/10.1037/0003-066X.62.8.741>

MEIER-OESER, Stephan. *Die Spur des Zeichens: Das Zeichen und seine Funktion in der Philosophie des Mittelalters und der frühen Neuzeit*. Berlin and New York: Walter de Gruyter, 1997.

NESHER, Dan. Understanding Sign Semiosis as Cognition and as Self-conscious Process: A Reconstruction of Some Basic Conceptions in Peirce's Semiotics, *Semiotica*, v. 79, p. 1-49, 1990. doi: <http://dx.doi.org/10.1515/semi.1990.79.1-2.1>

NÖTH, Winfried. From Representation to Thirdness and Representamen to Medium: Evolution of Peircean Key Terms and Topics, *Transactions of the Charles S. Peirce Society*, v. 47, p. 445-481, 2011.

PEIRCE, Charles Sanders.

Nota: A designação CP é a abreviatura de *The Collected Papers of Charles Sanders Peirce*, volumes I–VI, ed. Charles Hartshorne e Paul Weiss (Cambridge, MA: Harvard University Press, 1931–35), volumes VII–VIII, ed. Arthur W. Burks (Cambridge, MA: Harvard University Press, 1958). Os detalhes de publicação e a datação dos CPs baseiam-se principalmente na bibliografia de Burks, encontrada ao final de CP 8 (ver Burks 1958, listado acima, para informações mais exatas e extensas). A abreviação, seguida pelos números do volume e do parágrafo, segue o formato de referência padrão dos CPs. A designação NEM é a abreviatura de *The New Elements of Mathematics*, volumes I–IV, ed. Carolyn Eisele (The Hague: Mouton, 1976). Foi feita uma opção por organizar as referências deste autor a partir dos anos de publicação, mantendo-os no início das referências, a fim de facilitar ao leitor.

1866. The Logic of Science and Induction (provavelmente a 11ª palestra Lowell). In: CP 7. p. 579-596.

1867. On a New List of Categories, *Proceedings of the American Academy of Arts and Sciences*, v. 7, p. 287-298. In: CP 1. p. 545-559.

1868. Questions Concerning Certain Faculties Claimed for Man, *Journal of Speculative Philosophy*, v. 2, p. 103-114. In: CP 5. p. 213-263.

- 1868a. Some Consequences of Four Incapacities, *Journal of Speculative Philosophy*, v. 2, p. 140-157. In: CP 5. p. 264-317.
- c.1873. Logic (manuscrito). In: CP 7. p. 313-361.
1885. On the Algebra of Logic: A Contribution to the Philosophy of Notation, *American Journal of Mathematics*, v. 7, p. 180-202. In: CP 3. p. 359-403.
- c.1885. One, Two, Three: Fundamental Categories of Thought and of Nature (partes de um manuscrito). In: CP 1. p. 369-372, 1. p. 376-378.
1892. The Critic of Arguments: II. The Reader is Introduced to Relatives, *The Open Court* 6, 3415-3418. In: CP 3. p. 415-424.
1893. *Grand Logic or How to Reason: A Critick of Arguments* (manuscrito). In: CP 1. p. 545-559, 2.281, 2.285, 2.297-302, 2.391-430, 2.445-460, 2.517-535, 2.645-660, 3.328-358, 4.21-152, 5.358-410, 6.278-286, 7.388-450, 7.463-467, 7.559-564.
- c.1893. The Short Logic (partes de um manuscrito). In: CP 2. p. 282, 2.286-291, 2.295-296, 2.435-444, 7.555-558.
- c.1895. That Categorical and Hypothetical Propositions are one in essence, with some connected matters (partes de um manuscrito). In: CP 2. p. 278-280, 2.332-356.
- c.1895a. The Art of Reasoning (partes do capítulo 2 de um manuscrito). In: CP 2. p. 281, 2.285, 2.297-302.
1896. The Regenerated Logic, *The Monist*, v. 7, p. 19-40. In: CP 3. p. 425-455.
- c.1896. The Logic of Mathematics; An Attempt to Develop My Categories from Within (manuscrito). In: CP 1. p. 417-520.
- c.1897. Fragmento. In: CP 2. p. 227-229.
- c.1899. Fragmento. In: CP 1. p. 564-567.
1901. Index, in *Dictionary of Philosophy and Psychology*, v. 1, ed. James Mark Baldwin (New York: Macmillan), p. 531-532. In: CP 2. p. 305-306.
1902. Represent, in *Dictionary of Philosophy and Psychology*, v. 2, ed. James Mark Baldwin (New York: Macmillan), p. 464. In: CP 2. p. 273.
- 1902a. Sign, in *Dictionary of Philosophy and Psychology*, v. 2, ed. James Mark Baldwin (New York: Macmillan), p. 527. In: CP 2. p. 303-304.
- 1902b. Symbol, in *Dictionary of Philosophy and Psychology*, v. 2, ed. James Mark Baldwin (New York: Macmillan), p. 640. In: CP 2. p. 307.

- 1902c. Symbolic Logic, in *Dictionary of Philosophy and Psychology*, v. 2, ed. James Mark Baldwin (New York: Macmillan), p. 645-650. In: CP 4. p. 372-393.
- 1902d. Thema, in *Dictionary of Philosophy and Psychology*, v. 2, ed. James Mark Baldwin (New York: Macmillan), p. 691-692. In: CP 2. p. 308.
- 1902e. Truth and Falsity and Error, in *Dictionary of Philosophy and Psychology*, v. 2, ed. James Mark Baldwin (New York: Macmillan), p. 718-720. In: CP 5. p. 565-573.
- 1902f. Intended Characters of this Treatise (capítulo 1 do manuscrito incomplete *Minute Logic*). In: CP 2. p. 1-118.
- 1902g. Why Study Logic? (seção 2 do capítulo 2 do manuscrito incompleto *Minute Logic*). In: CP 2. p. 119-202.
- c.1902. Syllabus (partes de um manuscrito). In: CP 2. p. 274-277, 2.283-284, 2.292-294, 2.309-331.
- c.1902a. Rascunhos de uma resenha de *The World and the Individual*, de Josiah Royce. In: CP 8. p. 117-125, 8.131.
1903. On the Categories (terceira palestra Harvard). In: CP 5.66-92.
- 1903a. The Seven Systems of Metaphysics (quarta palestra Harvard). In: CP 1. p. 314-316, 5.57-58, 5.93-119.
- 1903b. On Three Kinds of Goodness (quinta palestra Harvard). In: CP 5. p. 120-150.
- 1903c. The Three Universal Categories and their Utility (terceira palestra Lowell). In: CP 1. p. 15-26, 1.324, 1.343-349, 1.521-544.
- 1903d. How to Theorize (oitava palestra Lowell). In: CP 5. p. 590-604.
- 1903e. Categories (partes de uma carta a William James datada de 8 de junho). In: CP 8. p. 264-269.
- c.1903. Nomenclature and Divisions of Dyadic Relations, as far as they are determined (manuscrito). In: CP 2. p. 233-272.
- c.1903a. On Existential Graphs, Euler's Diagrams, and Logical Algebra (manuscrito). In: CP 4. p. 418-509.
- c.1903b. Kaina stoicheia (manuscrito). In: NEM IV, p. 235-263.
- c.1903c. Sketch of Dichotomic Mathematics (manuscrito). In: NEM IV, p. 285-300.
1904. On Signs and the Categories (partes de uma carta para Lady Welby, datada de 12 de outubro). In: CP 8. p. 327-341.
- c.1904. Rascunhos de uma resenha de *A Treatise on Cosmology*, de Herbert Nichols. In: CP 8. p. 191-193.

1905. Issues of Pragmaticism, *The Monist*, v. 15, p. 481-499. In: CP 5. p. 438-463.
1906. Prolegomena to an Apology for Pragmaticism, *The Monist*, v. 16, p. 492-546. In: CP 4. p. 530-572.
- 1906a. Phaneroscopy (partes de um manuscrito). In: CP 4. p. 6-10.
- 1906b. An Improvement on the Gamma Graphs (manuscrito). In: CP 4. p. 573-584.
- c.1907. A Survey of Pragmaticism (partes de um manuscrito). In: CP 5. p. 464-496.
1908. A Neglected Argument for the Reality of God (manuscrito). In: CP 6. p. 452-485.
- 1908a. Carta a P.E.B. Jourdain, datada de 5 de dezembro. In: NEM III/2, p. 879-888.
- 1908b. On the Classification of Signs (carta rascunhada, datada de 24, 25 e 28 de dezembro). In: CP 8. p. 342-379.
1909. Partes de uma carta a William James, datada de 14 de março. In: CP 8. p. 314.
- 1909a. Partes de uma carta a William James, datada de 01 de abril. In: CP 8. p. 315.
- 1909b. Partes de uma carta à prima Jo, datada de 26 de junho. In: NEM III/1, p. 230-237.
- 1909c. Carta a William James datada de 25 de dezembro. In: NEM III/2, p. 867-869.
- 1909d. Rascunho de carta. In: CP 8. p. 177-185.
- c.1909. Some Amazing Mazes, Fourth Curiosity (manuscrito). In: CP 6. p. 318-348.
1910. Meaning (partes de um manuscrito). In: CP 2. p. 230-232.
- s/d. Fragmento. In: CP 1. p. 338-339.
- PETRILLI, Susan; PONZIO, Augusto. *Semiotics Unbounded: Interpretive Routes through the Open Network of Signs*. Toronto: University of Toronto Press, 2005.
- ROSENTHAL, Sandra B. Peirce's Ultimate Logical Interpretant and Dynamical Object: A Pragmatic Perspective, *Transactions of the Charles S. Peirce Society*, v. 26, p. 195-210, 1990.
- SANTAELLA BRAGA, Maria Lúcia. Charles S. Peirce's Object (of the Sign), *Versus*, v. 49, p. 53-58, 1988.
- _____. For a Classification of Visual Signs, *Semiotica*, v. 70, p. 59-78, 1988a.
- STJERNFELT, Frederik. *Diagrammatology: An Investigation on the Borderlines of Phenomenology, Ontology, and Semiotics*. Dordrecht: Springer, 2007.

ADAPTAÇÃO NO CAMPO DAS TRANSFORMAÇÕES DAS MÍDIAS¹

Adaptation within the Field of Media Transformations

TRADUÇÃO DE ANA CLÁUDIA MUNARI DOMINGOS

Durante séculos, talvez milênios, pesquisadores têm estudado diferentes formas de arte, tanto isoladamente quanto as relações entre elas. O já bem estabelecido campo da Estética sempre abrangeu em seus estudos a questão ampla das características comuns entre as artes. Durante pelo menos as últimas duas décadas, as formas de arte têm sido eficientemente compreendidas a partir da noção de “mídias” em seu sentido mais amplo e, no campo dos estudos de intermedialidade, isso está agora bem colocado². No entanto, um número surpreendente de estudos no âmbito das ciências humanas está sendo realizado sem o conhecimento específico, e, eu diria, fundamental, sobre como as formas artísticas e as mídias estão inter-relacionadas. Esse conhecimento próprio do campo das interações é importante pela simples razão de que nenhum ramo da ciência pode ser completamente desenvolvido sem perspectivas comparativas. Alguém que deseja conhecer a Europa não

¹ Publicado em inglês em *Adaptation Studies: New Challenges, New Directions*, ed. Jørgen Bruhn, Anne Gjelsvik, and Eirik Frisvold Hanssen, London and New York: Bloomsbury Academic, 2013.

² Veja a abrangência do campo de pesquisas dos Estudos de Intermedialidade em Claus Clüver, “Intermedialidade e Estudos Inter-artes” (2008).

pode fingir que a Ásia não existe, e alguém que queira entender mamíferos deve ter uma boa ideia sobre a natureza dos peixes. Da mesma forma, alguém que quer ser capaz de dissertar sobre a música não pode ignorar a existência do cinema e da literatura. Mesmo que o objetivo não é fazer comparações explícitas e detalhadas, a pesquisa séria deve sempre basear-se, mesmo que implicitamente, em comparações relevantes.

Curiosamente, nem sempre a pesquisa em intermedialidade (incluindo aquelas tantas que não se referem a si mesmas como intermediais) é capaz de ampliar as suas perspectivas. A maioria dos estudos de ilustração é realizada unicamente a partir de seu próprio contexto, e a maioria dos estudos de éfrase refere-se principalmente a outros estudos de éfrase e estão contentes em manter delimitada a área de seu objeto de estudo. Além disso, grande parte das pesquisas em adaptação prefere não discutir qualquer tema que não seja a própria adaptação, entendida geralmente como aquela entre romances e filmes. Apesar dos constantes alertas, que partem do próprio campo, sobre a adaptação significar mais do que isso, tem havido poucas tentativas sérias de esclarecer o quadro teórico na direção de um conceito para adaptação: a transferência e a transformação das formas e dos conteúdos entre todos os tipos de artes e mídias.³

Esta pode parecer uma reflexão um pouco injusta. Certamente todas as áreas de estudo devem ser bem delimitadas para que se possa tirar proveito de suas especializações. Embora isso seja verdade, cada uma dessas especializações pode ser melhorada se pelo menos a contextualização implícita for ampliada. No caso dos estudos de adaptação, isso deve incluir, inicialmente, uma simples mudança de perspectiva. Embora as adaptações audiovisuais de romances são, certamente, um grande negócio e uma característica proeminente da cultura contemporânea, não são histórica nem teoricamente formas exclusivas de adaptação. Outras formas de transferência e transformação entre mídias têm sido difundidas (desde o início da história), e as mídias do cinema e da literatura, como todas as mídias, compartilham semelhanças e diferenças significativas com outras mídias.

³ Veja a discussão que se seguiu às obras de Kamilla Elliott e Linda Hutcheon.

De uma perspectiva dos estudos de adaptação, portanto, poderia se argumentar que o campo deve ser expandido, mas eu realmente prefiro a perspectiva mais ampla das pesquisas em humanidades em geral: antes de expandir os estudos da adaptação, eles deveriam ser colocados no contexto mais amplo da intermedialidade. Em vez de inventar seus próprios termos, os estudos de adaptação deveriam adequar-se à terminologia da intermedialidade para suas noções e fenômenos em geral. Se tal estratégia fosse aplicada, não apenas nos estudos de adaptação, mas em todas as áreas de pesquisa que envolvem múltiplas mídias, estaríamos estendendo a compreensão de nosso trabalho para além de nossas próprias especialidades. Na melhor das hipóteses, a descoberta de semelhanças significativas entre mídias e interações midiáticas, em relação às propriedades das mídias, questões de interpretação e problemas de pesquisa, pode tornar muito mais efetivos o desenvolvimento de termos e conceitos e sua compreensão histórica. Embora não seja uma meta fácil de atingir, ela talvez não seja utópica.

Mais especificamente, o campo dos estudos de intermedialidade inclui uma ampla gama de fenômenos que são caracterizados pelas transferências de propriedades das mídias; no entanto, não houve ainda nenhum estudo sistemático deles. A maior parte da pesquisa existente é compartimentada, o que não favorece uma compreensão geral das relações de transmedialidade. Quase todos os estudos têm-se concentrado ou em apenas alguns tipos de mídia e suas respectivas inter-relações ou em campos delimitados de estudo que poucas vezes são devidamente relacionados uns aos outros, como a adaptação, a écfrase e a musicalização da literatura. A falta de uma comparação entre esses processos com outros que também envolvem a transferência das propriedades das mídias traz o risco de se ficar preso a noções enrijecidas e isoladas.

Atualmente, a adaptação é provavelmente a área mais vigorosamente pesquisada dentro dos estudos de transferências transmediais. Muitos estudos de adaptação estão envolvidos em questões de avaliação, focando no que as torna bem ou malsucedidas, o que explica por que a fidelidade se tornou um anátema. Fidelidade é, obviamente, um quesito vago e ambíguo, que se debruça sobre as questões de avaliação das obras de arte. No

entanto, uma discussão sobre semelhanças e diferenças entre produtos de mídia sem normatização é uma coisa bastante diferente. Na verdade, noções como transformação e adaptação entre mídias se desintegram se o aspecto da semelhança e da diferença é retirado.⁴ O ato de transmidializar, transformar e adaptar têm em comum o fato de envolverem a permanência e a exclusão de alguns dos elementos e a inclusão de algo novo.

A principal ambição deste artigo é investigar as transformações das mídias a partir de um ponto de vista básico e teórico e situar a adaptação dentro desse contexto. Em vez de definir a adaptação a partir de uma perspectiva interna, trabalharei através de um conjunto de noções fundamentais sobre as mídias, eventualmente alcançando uma ideia sobre como a adaptação pode ser entendida em relação às questões de transmidialidade e como parte desse campo de modo amplo. Meu objetivo não é criticar o campo multifacetado dos estudos de adaptação como tal ou avaliar ou interpretar seus objetos de estudo, mas apontar modos possíveis e quiçá produtivos de estender os limites de referência do campo.

Também é preciso anotar que eu não desejo isolar certos tipos de produtos de mídia e classificá-los como transmidiáticos ou qualificá-los como adaptações “apropriadas”. Para mim, a transmidialidade é uma perspectiva analítica. Todos os produtos de mídia podem ser investigados a partir de uma perspectiva sincrônica, em termos de combinação e integração, e também a partir de uma perspectiva diacrônica, em termos de mediação e transformação. Não há dúvida de que a análise diacrônica de certos produtos de mídia tende a produzir significados extraordinariamente férteis, com ênfase nas suas relações com outros tipos de mídias e produtos de mídia existentes. No entanto, não existem produtos de mídia que não possam ser tratados em termos de transmidialidade sem algum proveito.

⁴ Minha primeira tentativa de investigar sistematicamente as semelhanças e diferenças de mídias pode ser encontrada no artigo “As modalidades da mídia: um modelo para compreender as relações intermídiais”, neste livro.

Estado da arte e um novo ponto de partida

Uma das fontes de estímulo para este artigo é o trabalho de Claus Clüver, “Da transposição intersemiótica”(2006), que foi uma tentativa de esboçar uma abordagem mais geral para as relações de transmidialidade. Clüver, por seu turno, foi inspirado por um breve comentário de Roman Jakobson que diz que a “tradução intersemiótica ou transmutação é uma interpretação de signos verbais por meio de signos de sistemas não verbais” (1971). Durante a última década, o texto de Jay Bolter e Richard Grusin, *Remediation: Understanding New Media* (1999), tem sido influente e importante para colocar em evidência o alargamento do campo das transformações das mídias. Apesar de ser um estudo inspirador, cheio de interessantes e relevantes observações para os estudos de intermidialidade, ele é prejudicado pela falta de distinção entre as várias formas de “representação”, “remediação” e mesmo “semelhança”, bem como por sua vaga noção de mídia. De acordo com Bolter e Grusin, qualquer mídia pode remediar-se para quase tudo. Por exemplo, “a nossa identidade” pode ser remediada para a internet, “o silêncio fatal dos filmes de Antonioni” pode ser remediado para um jogo de computador e “o livro impresso” pode ser remediado para o e-book (1999, p. 231, 268, 272).⁵ Considerar esse fenômeno traz, em geral, embora ainda de forma difusa, uma ampla e estimulante perspectiva da complexidade das relações entre as mídias, mas não oferece as ferramentas teóricas para lidar com essa complexidade.

Mais importante ainda, eu poderia argumentar que a distinção entre a representação (que envolve a criação de sentido, ou a significação, de um produto de mídia) e a mediação (que envolve o processo de percepção do conteúdo da mídia através dos meios técnicos) é vital para a diferenciação dos fenômenos que Bolter e Grusin tratam como mais ou menos idênticos. Este artigo é uma tentativa preliminar de desenvolver mais detalhadamen-

⁵ N. O. Repete-se aqui a questão da tradução de *remediation* como remediação, em vista da referência à obra de Bolter e Grusin.

te noções apropriadas que rivalizam com a popular e abrangente ideia de remediação, rotineiramente referida através de nomenclaturas sem compromisso entre si.

O estudo de grande escopo de Irina O. Rajewsky, intitulado *Intermedialität* (2002), é mais consciente. Rajewsky opera com diferentes níveis de distinção, a partir de três noções que eu julgo pertinentes quando discuto o tema da transformação das mídias. A primeira delas é *Transmedialität* (transmedialidade), que se refere aos fenômenos que não são específicos de uma mídia, como a paródia. As outras noções são *Medial Wechsel* (transposição midiática), que inclui transformações de mídia tais como a adaptação, e *Intermediale Bezüge* (referências intermediáticas), como a narrativização da música ou a musicalização da ficção (2002, p. 12–13, 16–17). Essas três noções não constituem todo o sistema de distinções de Rajewsky, e ela tem o cuidado de separar cada uma delas. Embora eu reconheça o pioneirismo da abordagem metódica de Rajewsky, eu prefiro não defender sua terminologia, porque eu sinto que o modo como essas noções se inter-relacionam é importante.

Alguns estudos de adaptação têm-se aventurado a abordar essas amplas perspectivas dos fenômenos de intermedialidade e transmedialidade. Neste trabalho, as limitações de espaço permitem apenas uma breve apresentação das mais importantes, a fim de sugerir algumas possibilidades para desenvolver os estudos de adaptação a partir do amplo campo da intermedialidade.

O influente estudo de George Bluestone, *Novels into film* (1957), enfatizou as diferenças entre romances e filmes, uma ênfase que é vital para tecer comparações detalhadas. O relato de Bluestone, no entanto, mostra quão difícil é comparar dois tipos de mídias historicamente construídos sem uma consideração sistemática das características mais básicas das mídias (materiais, sensoriais e semióticas, por exemplo); romances e filmes, na verdade, compartilham muitas qualidades essenciais, e a linguagem crítica tradicional é muitas vezes insuficientemente precisa para identificar as diferenças e semelhanças exatas. O problema permanece, apesar de importantes discussões, como a de Brian McFarlane (1996) sobre a narração em

novelas e filmes. *Twelve fallacies in contemporary adaptation theory* (2003), de Thomas Leitch, oferece uma crítica vaga das reflexões teóricas e das ideias usuais sobre o que realmente sejam textos literários e filmes. No entanto, o indispensável estudo de Kamilla Elliott, “Rethinking the Novel/Film Debate” (2003), demonstra uma profunda compreensão das questões de intermedialidade. Elliott enxergou com precisão muitos dos problemas das comparações tradicionais entre novelas e filmes. Ela problematiza e critica dicotomias simplistas tradicionais, como a verbal-visual e a palavra-imagem, e demonstra sua inaplicabilidade para categorizar romance versus filme; entretanto, ela ainda as mantém como categorias gerais de descrição. O estudo de Elliott abre o caminho para uma compreensão teórica das intrincadas relações entre categorias de mídias que se sobrepõem e que se estendem muito além da literatura e do cinema.

A introdução teórica de Robert Stam à edição de *Literature and film* (2005) oferece producentes discussões ao campo das adaptações fílmicas de romances, embora estejam limitadas pela sugestão de que romance é “*single-track*, uma mídia exclusivamente verbal”, enquanto o filme é “uma mídia *multitrack* [...] que pode jogar não apenas com palavras (escritas e faladas), mas também com música, efeitos sonoros e imagens fotográficas em movimento” (2005, p. 17). Embora possa parecer sensato descrever o romance como “exclusivamente verbal”, tal afirmação é redutora e enganosa. Na verdade, romances e filmes compartilham muitas características: eles são apresentados sobre superfícies planas, que são espacialmente dispostas e, quando decodificadas, ambas se desdobram temporalmente. Mesmo que esteja correta a afirmação de que romances estão condicionados aos signos convencionais verbais, isso não exclui a presença um constructo significativo icônico de um tipo diferente daqueles que são produzidos por ‘imagens fotográficas em movimento’. Embora a maioria dos filmes é mais multimodal do que a maioria dos romances, eu diria que todas as mídias são “*multitrack*”.

Finalmente, o estudo de Linda Hutcheon, *Uma teoria da adaptação* (2011), é uma importante investigação sobre os vários tipos de transformação das mídias. Ela limita sua perspectiva às mídias que carregam

“histórias”, o que é certamente defensável à luz de sua ambiciosa ampliação da noção de adaptação. Infelizmente, entretanto, ela não escrutiniza as significantes similaridades e diferenças entre as mídias. Sua abordagem é mais pragmática do que teórica, o que é demonstrado por suas três categorias de capacidade das mídias: contar, mostrar e interagir (2011, cap. 2). Essa distinção carece de profundidade para capturar grande parte das complexidades dos diferentes tipos de transformação midiática.

Comparado a esses estudos, este trabalho pretende uma perspectiva tanto mais ampla quanto mais específica: de um lado, traz um breve mas abrangente panorama das transformações midiáticas em geral e, de outro, reduz a adaptação a uma fração desse extenso campo. Essa visão que aqui se segue sobre a transformações das mídias é baseada na distinção fundamental e raramente destacada, se é que já o foi, entre mediação e representação. Misturar esses dois conceitos pode resultar em certo grau de obscuridade, como no caso da noção de remediação de Bolter e Grusins. O termo *mediar* é usado aqui para descrever o processo através do qual um meio técnico torna perceptível algum tipo de conteúdo de mídia; por exemplo, uma página de livro pode mediar um poema, um diagrama ou uma partitura musical. Se o conteúdo de uma mídia é mediado uma segunda vez (ou terceira ou quarta) por outro meio técnico, eu chamo a esse processo de transmediação; o poema que foi mediado e assim visto na página pode ser ouvido mais tarde, quando ele é transmediado por uma voz. Todas as transmediações envolvem algum grau de *transformação*; o conteúdo da mídia pode ser apenas ligeiramente diferente e claramente reconhecível, mas também pode ser profundamente transformado. *Representação* é basicamente a criação de significado nos atos perceptivos e cognitivos da recepção. Eu poderia admitir que afirmar que um produto da mídia representa algo é dizer que ele aciona certo tipo de interpretação. Essa interpretação pode ser mais ou menos influenciada pela mídia e pelo modo como a percebemos com os sentidos, mas nunca existe independentemente da atividade cognitiva do receptor.

Primeiro vou discutir sobre aquilo a que me refiro como representações simples e complexas de mídia e, em seguida, sobre transmídiação. A diferença entre as representações simples e complexas não é, de certa forma, essencial, como as próximas discussões deixarão claro, mas a terminologia existente torna possível defender certo grau de diferenciação entre elas. Ao longo dessas discussões, vou defender duas outras distinções. A primeira delas é que tanto a representação quanto a transmídiação podem envolver características gerais de mídias qualificadas, de um lado, e os produtos de mídia específicos, por outro. O termo *mídias qualificadas* é usado aqui para designar todos os tipos de categorias de mídia abstratas (tanto artísticas e não artísticas) que são historicamente e comunicacionalmente situados, o que significa que suas propriedades diferem dependendo do tempo, da cultura e de preferências estéticas (por exemplo, música, programas de televisão, notícias e pinturas) (ELLESTRÖM, 2010, p. 24–27). Uma mídia qualificada constitui um conjunto de produtos de mídia concretos. A última distinção é entre os produtos de mídia desconhecidos ou fictícios e os conhecidos.

Representações simples de mídias

Como muitos termos críticos comumente utilizados, o conceito de *representação* é ambíguo. Como utilizado aqui, o termo refere-se à noção de significação em seu sentido mais amplo. Assim que um agente humano cria sentido, o que significa que as funções dos signos são ativadas, a representação está em ação. Quando aplicada ao campo das mídias, isso significa que todos os produtos de mídia *representam* de várias maneiras tão logo algum tipo de significado é atribuído a eles. Concordando com Charles Sanders Peirce, afirmo que há três tipos principais de funções dos signos: Simbolicidade, que se baseia em convenções; Indexicalidade, que se baseia na contiguidade; e Iconicidade, que é baseada na similaridade (1960, p. 156–173).

Além disso, sugiro três termos para designar os processos de representação simbólica, icônica e indicial. Embora esses termos sejam amplamente utilizados para fins diferentes em diversos contextos, eles

se encaixam na intenção deste artigo, que é a de tornar possível uma abordagem sistemática para as transformações das mídias. Por isso, proponho o termo *descrição* para denotar o processo de representação simbólica, *ilustração* para as representações icônicas e *indicação* para se referir à representação indicial. Como os tipos de signos raramente são isolados, a maioria dos produtos de mídia cria significado a partir da co-operação entre a descrição, a ilustração e a indicação, embora uma delas normalmente domine. É preciso notar que o modo como os três termos são aqui utilizados quer dizer que sua significância pode ser mais ampla ou mais estreita do que em muitos outros contextos; eu os acrescento apenas como uma forma eficiente de distinguir, verbalmente, entre os três principais tipos de significação.

Produtos de mídia podem significar ou representar quase tudo. Neste contexto, é relevante destacar um aspecto particular da representação, a saber, quando uma mídia representa outra. Um determinado produto de mídia pode representar tanto mídias qualificadas – como categorias abstratas – quanto produtos de mídia específicos.

Representações de mídias podem ser marginais e transitórias, mas também centrais e elaboradas ou ainda qualquer coisa entre isso. Eu chamo aquelas de “simples”, e estas de “complexas”. Alguns termos podem se referir a representações simples. Um produto de mídia pode *sugerir*, *aludir* ou *se referir* a outra mídia, pode *mencionar* ou *nomear* outra mídia, e pode *citar* ou *comentar* sobre outra mídia. Referências, alusões e sugestões estão associadas à representação icônica e indicial, bem como à representação simbólica, enquanto que principalmente as representações simbólicas (descrições) mencionam ou nomeiam outras mídias. Além disso, os atos de citar e comentar estão, acima de tudo, associados à descrição: uma citação é uma referência literal. Recentemente, entretanto, os atos de citar e comentar também passaram a ser associados à ilustração; por exemplo, às vezes, pode-se dizer que as imagens visuais “citam” outras imagens.

Alguns exemplos de produtos de mídia que representam mídias qualificadas e suas características gerais de uma maneira simples seriam: um

romance ou uma reportagem de jornal que mencione “música”, “melodia”, “sonata” ou “rock’n’roll”, se refira ao estilo da pintura Renascentista, ou comente na forma narrativa programas de jardinagem na televisão e as personalidades típicas (tipificação) de seus personagens principais; uma canção pop que mencione Beethoven ou ir ao cinema, ou que momentaneamente soe como uma peça de música barroca; uma fotografia de pessoas em uma sala de estar onde as imagens possam ser vistas na parede ao fundo e fora de foco. Representações deste tipo podem se referir a mídias qualificadas conhecidas, desconhecidas e até fictícias.

Alguns exemplos de produtos de mídia que representam, de uma forma simples, produtos de mídia específicos, desconhecidos ou fictícios poderiam incluir um conto que cite algumas palavras de uma canção que não pode ser identificada pelo leitor, ou que brevemente descreva a composição de uma fotografia tirada por um dos personagens da história; uma cena de um jogo de computador que ilustre uma tela de televisão midiando uma sequência de um filme não identificável; ou um trecho de um filme que visualmente e sonoramente ilustre trechos de uma canção desconhecida executada dentro da diegese.

Alguns exemplos de produtos de mídia que representam, de uma forma simples, produtos de mídia específicos e conhecidos poderiam incluir um poema que se refira brevemente a uma determinada música de Patti Smith, ao hino nacional da União Soviética ou ao *David* de Michelangelo; uma sinfonia que cite algumas notas de “Frère Jacques”; um documentário em que fragmentos de canções populares possam ser ouvidos e cartazes comerciais bem conhecidos possam ser vistos momentaneamente.

Representações simples de mídias podem ou não ter uma maior influência sobre o significado daquele produto de mídia. Às vezes, os detalhes são importantes, às vezes, são apenas detalhes.

Representações complexas de mídias

Representações complexas de mídias ocorrem quando podemos dizer que um produto de mídia envia representações mais multifacetadas do que simples referências ou comentários. Enquanto uma representação simples poderia facilmente ter como objetos mídias qualificadas ou características gerais de mídias qualificadas, penso que as representações complexas de mídia tendem a representar produtos de mídia específicos: quanto mais detalhes são comunicados, maior a chance de que não seja apenas uma categoria de mídia abstrata que esteja sendo representada. Certas descrições detalhadas podem ser a exceção. Alguns exemplos disso poderiam incluir descrições abrangentes das características gerais de catedrais góticas ou de canções tradicionais de blues. Esse tipo de descrição detalhada de mídias qualificadas, que também não é uma descrição de um determinado produto de mídia, só é possível se a mídia qualificada ou a submídia é formada por um conjunto de produtos de mídia verdadeiramente regido por normas, ou se a mídia qualificada é puramente fictícia. Eu diria que as representações icônicas e indiciais detalhadas devem ter como objetos produtos de mídia específicos (existentes ou fictícios).

Portanto, representações completas de mídias são geralmente representações de produtos de mídia específicos. Esses produtos podem ser fictícios, desconhecidos ou conhecidos. Um exemplo de um produto midiático desconhecido ou fictício representado em detalhe é uma pintura não reconhecida que pode ser claramente vista em um filme. Se o filme é realizado a partir da fotografia, pode-se argumentar que a pintura não pode ser verdadeiramente fictícia, mesmo que seja produzida especificamente para ser parte do mundo fictício do filme. No entanto, se o filme é gerado por computador, por exemplo, a pintura representada poderia ser ou fictícia ou simplesmente desconhecida para o espectador. Da mesma forma, uma descrição detalhada de uma peça de música (o que Steven Paul Scher chama de música verbal, 1968, p. 156–73) ou da história, do enredo ou das características visuais de um filme pode representar produtos midiáticos tanto

fictícios quanto desconhecidos. Isso também se aplica às representações verbais que são tanto visuais (em um artigo acadêmico ou um romance) quanto sonoras (em um programa de rádio ou em um filme audiovisual).

Representações complexas de produtos midiáticos específicos podem ser focadas em todos os tipos de características, desde traços formais e abstratos até aquelas que estão relacionados com o conteúdo. Na prática, a forma e o conteúdo de uma imagem fílmica, por exemplo, estão indissoluvelmente interligadas, mas uma representação ainda pode se concentrar em um ou em outro. Por exemplo, pode-se descrever detalhadamente o enredo e os pontos de virada dramática [*dramatic turning points*] sem se referir a personagens ou lugares específicos, mas também se pode descrever cuidadosamente as peculiaridades de todos os personagens sem voltar muita atenção à estrutura da narrativa.

Existem muitos tipos de representações complexas de produtos de mídia específicos, conhecidos. Um texto verbal e visual, como uma descrição em um site ou um conto impresso em uma revista, pode representar em detalhes tanto um produto de mídia temporal, como o coro “Aleluia” do *Messias* de Handel, e um produto de mídia não temporal, como o rótulo de uma lata de feijões cozidos Heinz. O conteúdo do diário de Virginia Woolf de 13 de setembro de 1925 pode ser descrito tanto através de um monólogo no teatro quanto através da voz e dos gestos de um repórter de televisão. E ainda uma fotografia poderia iconicamente e indicialmente ilustrar e indicar o mesmo texto do diário de Woolf, mas também poderia representar o retrato da autora pintado por Vanessa Bell em 1912. Uma peça de música pode iconicamente e indicialmente representar o discurso “I Have a Dream” de Martin Luther King por meio da inclusão de sua gravação sonora.

Alguns tipos de representações complexas de produtos de mídia específicos são referidos geralmente como ecfrase. Elas constituem aquilo a que Lydia Goehr (2010) se refere como a moderna “ecfrase obra-a-obra”, a fim de distingui-la da noção dada pela retórica clássica, isto é, como qualquer descrição vívida. A noção de ecfrase tem uma longa história e foi delimitada de diferentes maneiras, inclusive dentro do contorno moderno da relação

obra-a-obra. Durante o último século, ela tem sido geralmente entendida como uma representação verbal (simbólica) de uma representação icônica, tipicamente um poema que representa uma pintura. Estudiosos têm debatido as delimitações próprias da noção moderna de ecfrase, às vezes permitindo que tanto o produto de mídia representante quanto o representado sejam caracterizados por outras qualidades das mídias. Em seu sentido mais amplo, ecfrase pode incluir descrições complexas, ilustrações e indicações de todos os tipos de produtos de mídia. Mesmo que, por razões históricas, não se queira estender tanto a noção de ecfrase, não se pode negar que as representações complexas de produtos de mídia são possíveis, comuns, o que valida o estudo teórico para além das fronteiras convencionais de écfrase. Sob todas as circunstâncias, os poemas que descrevem pinturas constituem apenas um pequeno fragmento do vasto campo de representações complexas de mídias.

Transmídiações

A mediação é o link de comunicação entre o mundo circundante e o receptor humano, e é uma condição necessária para a percepção sensorial de qualquer tipo de conteúdo de mídia. A mediação e a transmídiação (a mediação de um conteúdo já midiado) são ambas fundamentalmente diferentes da representação, que é um processo de significação gerado por produtos de mídia que criam significado. Do ponto de vista do receptor, a mediação sempre precede a representação. A mediação é o processo de utilização de um meio técnico para tornar percebível algum tipo de conteúdo de mídia. Por exemplo, os detalhes e a estrutura dramática do bombardeio de Pearl Harbor em 7 de dezembro de 1941 foram midiados de muitas maneiras: por vozes e outros sons, por periódicos e páginas de livros, pela televisão, cinema e telas de computador, e assim por diante. Esses são diferentes tipos de mediação que permitem certos tipos de representação. O processo de mediação poderia ser descrito como algo firmemente ancorado na materialidade da mídia, enquanto a representação é um aspecto semiótico dela. Assim como acontece com todas as

distinções vitais, a distinção entre mediação e representação é teórica, útil para a análise de relações e processos complexos que seriam borrados sem essa diferenciação. Na prática, a mediação e a representação estão profundamente inter-relacionadas. Alguns tipos de mediação facilitam certos tipos de representação, enquanto tornam impossíveis outros, e toda representação baseia-se no carácter distintivo de uma mediação específica.

A transmediação acontece o tempo todo. O objetivo deste artigo não é encontrar métodos que permitam determinar categoricamente quando um produto de mídia simplesmente mediatiza alguma coisa (que seria o caso assim que alguém acha isso significativo para falar sobre um produto de mídia) e quando a transmedia. A transmediação deve ser entendida como uma noção que se destina a ajudar a compreender processos midiáticos que às vezes são claramente apreensíveis e vitais, às vezes indistinguíveis, mas ainda fundamentais, e às vezes apenas vagamente discerníveis e de alcance marginal. Muitos produtos de mídia constantemente transmídia características gerais de mídias qualificadas que não são conhecidas ou observadas pelos destinatários. Em princípio, características de mídias qualificadas fictícias também podem ser transmidiadas, embora isso possa parecer forçado. Por exemplo, um romance pode descrever as características estruturais de um gênero musical inventado (representação), e também usar essas características como elementos estruturais na sua própria narração (transmediação).

As características das mídias qualificadas que podem ser transmidiadas abrangem vários aspectos, incluindo a forma e o conteúdo. Por exemplo, duas mídias qualificadas ou submídias podem compartilhar características narrativas. Muitos romances e filmes contam histórias sobre, digamos, pessoas que são maltratadas mas lutam para conseguir reparação. Mídias qualificadas também podem compartilhar elementos estruturais de um tipo ainda mais geral. É comum em música e dança, entre outras mídias, repetir elementos formais para criar tipos distintos de estrutura. Também é comum um grande número de mídias qualificadas representarem motivos semelhantes. Por exemplo, fotografias, poemas e desenhos animados podem representar bebês dormindo. Obviamente,

a transmídiação das características gerais de mídias qualificadas pode ser exemplificada infinitamente. Uma miríade de características transmídiais pode ser percebida de muitas maneiras por várias mídias qualificadas que são midiadas por diferentes mídias técnicas.

Portanto, pode-se dizer que algumas características das mídias circulam entre várias mídias qualificadas, ou que os traços transmídiais podem ser transferidos de uma mídia qualificada para outra de maneiras mais ou menos visíveis. No entanto, transmídiações de características gerais de mídias qualificadas podem também incluir um produto de mídia específico como receptor. Por exemplo, um produto de mídia pode ter uma estrutura que é similar a uma forma convencional associada a uma determinada mídia qualificada à qual ele não pertence. Os exemplos podem incluir um poema que está estruturado de uma forma que faz com que se assemelhe ao estilo de uma fuga musical; ou uma pintura acrílica com propriedades de detalhes, perspectivas e cores que fazem com que pareça uma fotografia.

Não existe uma terminologia capaz de abranger esses tipos de transmídiação. É usual simplesmente falar em “semelhança” ou “semelhança estrutural”, e algumas disciplinas de investigação especializadas, como a respeitável “stoffgeschichte”, por vezes incluem uma perspectiva transmídia. Ultimamente, no entanto, o fenômeno de transferência de características das mídias para produtos de mídias que pertencem a outras mídias qualificadas (coberto pela noção de *Intermediale Bezüge*, referências intermediáticas, de Rajewsky) tem sido estudado e apropriadamente chamado de, por exemplo, “musicalização de ficção” (WOLF, 1999).

Transmídiação de produtos de mídia específicos é diferente de transmídiação de características gerais das mídias qualificadas na medida em que é a transferência de características essenciais das mídias de um produto de mídia específico para (em regra) outro. Este novo produto de mídia é distintamente diferente do anterior, mas baseado em suas características; é um processo de mudança que deixa intacta a essência. Esses produtos de mídia podem ser nomeados de *original* e *versão*, respectivamente, sem que isso seja normativo. Nesse contexto, *original* significa simplesmente

a fonte e *versão* significa que o novo produto de mídia pode ser significativamente comparado com o original. Nenhum produto de mídia é original *per se*. Um produto de mídia que pode ser visto como um original em um caso específico de transmídiação pode ser uma versão de outro original. Um original pode ter muitas versões e, em última instância, pode ser exemplo do fato de que a maioria dos produtos de mídia está entrelaçada em uma teia gigante de transmídiações intra e intermediais – um sistema ainda maior de inter-relações que aqueles expostos pelas teorias da intertextualidade.

Além disso, nem sempre é possível, ou mesmo significativo, decidir se uma característica ou um conjunto de características tem origem em um outro produto de mídia específico, ou se é parte de um padrão mais geral, encontrado em uma ou mais mídias qualificadas. No entanto, a distinção deve ser levada em conta porque, no mínimo, pode ter consequências hermenêuticas. Por exemplo, certos filmes podem compartilhar estruturas gerais e traços narrativos com várias mídias qualificadas, mas talvez isso não seja essencial para o seu significado. Se determinado filme tem qualidades que possam ser associadas mais com a música, digamos, do que com qualquer outra mídia qualificada, abrem-se certas possibilidades interpretativas. E se o filme for, na verdade, uma versão de uma pintura ou de um romance, isso levaria a uma interpretação ainda mais específica, uma vez que o produto de mídia original, para o bem ou para o mal, inevitavelmente se tornaria parte relevante do contexto interpretativo, uma vez que sua existência foi reconhecida.

Geralmente faz pouco sentido dizer que um produto de mídia transmídia as características de um produto de mídia fictício. No entanto, um romance, por exemplo, pode representar em detalhes um filme fictício semelhante ao que ele próprio representa. Pode-se, nesse sentido, argumentar que o romance transmídia o filme fictício, embora tal transmídiação é, em si mesma, fictícia. Transmídiações de produtos de mídia que existem de fato, por outro lado, são certamente comuns e muito difundidas.

Todos os tipos de forma e de conteúdo podem ser transmidiados de um produto de mídia para outro. Um exemplo é um produto de mídia que repre-

senta a mesma coisa que outro produto já conhecido. Tomemos o exemplo de um filme que representa um homem que colhe flores amarelas ao pôr do sol enquanto chora. O conteúdo ilustrado pode ser entendido como uma variação de uma pintura a óleo que ilustra uma cena semelhante. Assim, o conteúdo da mídia representado (um homem que colhe flores amarelas no pôr do sol enquanto chora) pode ser entendido como aquilo que foi transferido de um produto de mídia para outro. O filme pode realmente representar a pintura, enquanto adicionalmente transmídia seu conteúdo, mas transmidiar um produto de mídia específico é diferente de representá-lo.

Outro exemplo de transmídiação das características de um produto de mídia específico seria o de um que tenha a mesma estrutura narrativa de outro produto de mídia já conhecido. Por exemplo, um romance pode representar um porco que é transportado para o abatedouro, consegue escapar e, em seguida, encontra um coelho que revela que o porco é realmente um marciano. Esta estrutura narrativa poderia ser vista como uma variante de uma história em quadrinhos de uma mulher que é sentenciada à morte, consegue escapar da prisão e, em seguida, encontra um homem que afirma que seus pais eram realmente macacos. Assim, pode-se dizer que essa estrutura narrativa foi transferida de um produto midiático para outro.

Normalmente, assim, a transmídiação de produtos de mídia específicos envolve a transferência de características das mídias a partir de um produto de mídia para outro. Às vezes, porém, pode fazer sentido dizer que um ou mais produtos de mídia são na verdade transmidiados para uma nova mídia qualificada ou submídia. Sergei Eisenstein (1949) argumentou que os traços narrativos dos romances de Charles Dickens eram uma influência seminal no cinema americano de seu tempo, particularmente o trabalho influente de David Wark Griffith. Também poderia ser o caso de que um produto de mídia complexo, como o romance *James Bond*, de Ian Fleming, é transmidiado para um novo produto de mídia: um filme que não corresponde a um único romance, mas inclui personagens e traços narrativos que são comuns a vários romances.

Produtos de mídia transmidiados e suas versões podem pertencer a todos os tipos de mídia e submídia qualificadas, incluindo antigas e novas, artísticas e não artísticas, filmes, documentários, novelas, ensaios, jogos

de computador, romances gráficos, peças de teatro, quadrinhos e séries de televisão. A existência de várias submídias que são projetadas especialmente para a transmídiação é uma prova da grande importância deste processo. Por exemplo, o libreto é uma submídia qualificada com a qual algumas pessoas se envolvem menos, mas cuja transmídiação é necessária para o desempenho de uma ópera, opereta ou musical. A partitura musical pode ser apreciada por especialistas, mas geralmente é a sonoridade da música que é transmidiada. A submídia qualificada do texto dramático inclui textos que funcionam por si só, bem como textos que exigem performances teatrais. Roteiros, de filmes e afins, anseiam por transmídiação. Algumas pessoas argumentam que a poesia escrita não é a verdadeira poesia até que tenha sido transmidiada pelo meio técnico da voz.

O termo geral para a transmídiação de produtos de mídia é adaptação. A adaptação arquetípica é aquela do romance para o filme, embora o termo não esteja reservado exclusivamente para este tipo de transferência. Apesar da investigação fundamental na área de adaptação ao longo das últimas décadas, não está claro como a adaptação se encaixa no campo mais vasto de transmídiação. *Uma Teoria da Adaptação*, de Linda Hutcheon (2011), oferece inúmeros exemplos de adaptação, incluindo mídias qualificadas narrativas, como romances, óperas, filmes e jogos de computador. Como outro exemplo, os autores de uma coleção de ensaios organizada por David Francis Urrows (2008) focalizam os processos de adaptação do drama à sinfonia, do drama à ópera, do romance à música, do romance ao cinema e à ópera e da música ao romance, entre outros. Além disso, Kamilla Elliott (2003, cap. 4) ampliou nossa compreensão das fronteiras problemáticas do conceito de adaptação, introduzindo o que eu chamo de características gerais das mídias qualificadas para a discussão. Como regra geral, o termo adaptação é reservado para a transmídiação de produtos de mídia específicos. No entanto, quando se discute exemplos individuais de transmídiação, nem sempre é possível distinguir claramente entre as características gerais das mídias qualificadas e as propriedades de um determinado produto de mídia. Como Elliott ressalta, é raro que

as características comuns das mídias sejam devidamente tratadas como parte do campo que ela prefere chamar de adaptação.

Apesar dos vários argumentos na tentativa de alargar o âmbito de aplicabilidade da noção de adaptação, nem todos os tipos de transmidiação são geralmente referidos como adaptação, mesmo se considerando apenas a transmidiação de produtos de mídia específicos. Tanto quanto eu sei, libretos, partituras e roteiros quase nunca são discutidos em termos de adaptação. O mesmo se aplica a transmidiações de imagens não temporais para temporais, como analisado, por exemplo, em *Cinema and Painting: How Art is Used in Film*, de Angela Dalle Vacche (1996). É ainda menos provável que a transmidiação dos textos verbais e visuais escritos para os textos orais, sonoros e verbais (ler texto em voz alta), ou o contrário (transcrição da fala), seja chamada de adaptação.⁶ O ponto é que, mesmo que muitos estudiosos, com razão, venham argumentando que a noção de adaptação deve ser expandida, poucos, talvez nenhum deles, favoreceria a ideia de alargar o campo dos estudos de adaptação para incluir todos os fenômenos que foram analisados neste artigo, em termos das representações das mídias e da transmidiação.

Conclusão

Torna-se visível, até certo ponto, que a noção de adaptação pode ser mais firmemente assentada dentro do campo da transformação das mídias. Além desse ponto, não há consenso sobre onde traçar a linha divisória. As seguintes tendências podem ser observadas:

- A adaptação não é simplesmente qualquer tipo de transformação das mídias, mas uma espécie de transmidiação. Ao contrário da ecfrase, por exemplo, a adaptação nunca é definida em termos

⁶ Entretanto, veja Thierry Groensteen, 'Le processus adaptatif (Tentative de récapitulation raisonnée)'. (In: GAUDREAU, A.; GROENSTEEN, T (Org.). *La transécriture: Pour une théorie de l'adaptation*. Québec: Nota bene, 1998, p. 276–77.

de representação das mídias, ainda que possa ser combinada com as representações simples ou complexas das mídias.

- Geralmente, a adaptação não é meramente qualquer tipo de transmídiação; é transmídiação de um produto de mídia específico. Ao passo que Elliott tem questionado essa delimitação, sua sofisticada análise do problema pouco tem influenciado os estudos de adaptação.
- Em vez de ser apenas qualquer tipo de transmídiação de um produto de mídia específico, a adaptação é a transmídiação de um produto de mídia específico para um novo produto de mídia específico. No meu entendimento, a transmídiação de produtos de mídia específicos para uma mídia qualificada não é vista como adaptação.
- O campo da adaptação geralmente não inclui os produtos de mídia que pertençam a mídias qualificadas como roteiros e libretos, que são projetados para serem transmidiados.
- Discussões sobre a adaptação raramente, ou nunca, mencionam transmídiação de imagens não temporais para temporais, a leitura do texto escrito em voz alta e muitos outros tipos de transmídiação. Na verdade, existe uma grande variedade de tipos de transmídiação que não é sequer discutida dentro do quadro de intermedialidade.

No entanto, não há consenso sobre quais tipos de mídia a noção de adaptação deve realmente abranger. A relevância de expandir a ideia de adaptação para além daquela entre o romance e o cinema não está em questão, mas não temos discutido com profundidade se, e como, certos tipos de mídia deveriam ser sistematicamente excluídos dessa abrangência. Da mesma forma, não há acordo sobre que traços são realmente adaptados nas adaptações. Embora as características narrativas costumem ser destacadas, e há muitos estudos sobre isso nas áreas de literatura e cinema, nenhuma análise, que seja verdadeiramente sobre a transmedialidade, tem investigado, sistematicamente, que tipo de características, tanto em termos de forma quanto de conteúdo, os diferentes tipos de mídia podem mediar.

Não tenho sugestões sobre a utilização do termo adaptação. É certamente uma boa ideia delimitar o quadro de fenômenos a que essa noção, ou noções, deve referir-se, e tais delimitações talvez devam ser feitas em termos de história cultural, estruturas socioeconômicas, expectativas do público em geral ou algo mais que pouca relação mantém com as perspectivas teóricas do campo das mídias como as que foram apresentadas aqui. No entanto, independentemente de como desenhemos os limites da noção de adaptação, devemos fazê-lo a partir do conhecimento de que há muitos tipos de transmídiação. Quaisquer estudos de adaptação que desejem destacar apenas alguns setores desta área maior devem ter argumentos que justifiquem a exclusão de outros; se isso não for feito corretamente, a noção de adaptação pode tornar-se redundante. Em qualquer caso, eu acho que algumas questões poderiam ser trazidas à tona de uma nova maneira se as restrições tradicionais associadas à noção de adaptação forem postas de lado por um tempo.

A exposição de distinções teóricas neste artigo pode ser um ponto de partida para futuras explorações sobre a natureza da representação das mídias e da transmídiação, bem como o lugar da adaptação neste contexto mais amplo. Em outros trabalhos, desenvolvi métodos para analisar duas características transmídias, sobre forma e conteúdo, que pode ser midiadas, e, portanto, transmidiadas, por diferentes tipos de mídia. O objetivo é esboçar um modelo de análise das transformações das mídias que seja aplicável a todos os tipos de mídia imagináveis. Isso requer tanto uma discussão aprofundada de noções tais como a de meio técnico e de mídiação quanto análises detalhadas das características básicas das mídias.

Referências

BLUESTONE, George. *Novels into Film*. Berkeley e Los Angeles: University of California Press, 1957.

BOLTER, Jay David; GRUSIN, Richard. *Remediation: Understanding New Media*. Cambridge, MA e Londres: MIT Press, 1999.

CLÜVER, Claus. Intermedialidade e Estudos Interartes. In: NITRINI, Sandra; PEREIRA, et alli (org.). *Literatura, artes, saberes*. São Paulo, SP: Editora Hucitec, 2008. p. 209 – 232

_____. Da transposição intersemiótica. In: Arbex, Márcia (Org.). *Poéticas do visível; ensaios sobre a escrita e a imagem*. Belo Horizonte: Programa de Pós-Graduação em Letras: Estudos Literários, Faculdade de Letras da UFMG, 2006, p.102-166.

DALLE VACCHE, Angela. *Cinema and Painting: How Art is Used in Film*. Austin: University of Texas Press, 1996.

EISENSTEIN, Sergei. Dickens, Griffith, and the Film Today. In: LEYDA, Jay (Ed.). *Film Form: Essays in Film Theory*. New York: Harcourt, Brace & World, 1949.

ELLESTRÖM, Lars (Ed.). *Media Borders, Multimodality and Intermediality*. Basingstoke: Palgrave Macmillan, 2010.

ELLIOTT, Kamilla. *Rethinking the Novel/Film Debate*. Cambridge: Cambridge University Press, 2003.

GOEHR, Lydia. How to Do More with Words: Two Views of (Musical) Ekphrasis. *British Journal of Aesthetics*, v. 50, n. 4, 2010.

GROENSTEEN, Thierry. Le processus adaptatif (Tentative de recapitulation raisonnée). In: GAUDREAU, André (Ed.); GROENSTEEN, Thierry (Ed.). *La transécriture: Pour une théorie de l'adaptation*. Québec: Nota bene, 1998, p. 276–277.

HUTCHEON, Linda. *Uma teoria da adaptação*. Trad. André Cechinel. Florianópolis: Ed. da UFSC, 2011, cap. 2.

JAKOBSON, Roman. On Linguistic Aspects of Translation (1959). In: JAKOBSON, Roman. *Selected Writings: Word and Language*. The Hague: Mouton, 1971. v. 2, p. 260-66.

LEITCH, Thomas. Twelve Fallacies in Contemporary Adaptation Theory. *Criticism*, v. 45, n. 2, 2003.

MCFARLANE, Brian. *Novel to Film: An Introduction to the Theory of Adaptation*. Oxford: Clarendon Press, 1996.

PEARCE, Charles Sanders. *Collected Papers of Charles Sanders Peirce*, vol. 2, *Elements of Logic*, ed. Charles Hartshorne and Paul Weiss (Cambridge, MA and London: The Belknap Press of Harvard University Press, 1960), 156–73.

RAJEWSKY, Irina O. *Intermedialität*. Tübingen and Basel: A. Francke Verlag, 2002.

SCHER, Stephen Paul. *Verbal Music in German Literature*. New Haven: Yale University Press, 1968.

STAM, Robert. *Introduction: The Theory and Practice of Adaptation*. in *Literature and Film: A Guide to the Theory and Practice of Film Adaptation*, ed. Robert Stam and Alessandra Raengo. Malden, MA: Blackwell, 2005.

URROWS, David Francis (Ed.). *Essays on Word/Music Adaptation and on Surveying the Field*. Amsterdam e Nova Iorque, Rodopi, v. 2, 2008. (Word and Music Studies).

WOLF, Werner. *The Musicalization of Fiction: A Study in the Theory and History of Intermediality*. Amsterdam e Atlanta, GA: Rodopi, 1999.

ADAPTAÇÃO E INTERMIDIALIDADE¹

Adaptation and Intermediality

TRADUÇÃO DE ERIKA VIVIANE COSTA VIEIRA

O objetivo primordial deste artigo é investigar a relação entre dois campos de pesquisa, o da adaptação e o da intermedialidade, para demonstrar por que, em minha opinião, os estudos de adaptação necessitam urgentemente de um contexto de pesquisa em intermedialidade que seja mais amplo e de conceitos bem desenvolvidos.

Início pela análise das três palavras do meu título. O que é *intermedialidade*? O que é *adaptação*? Como a adaptação e a intermedialidade devem ser compreendidas? Não acredito que a relação entre adaptação e intermedialidade seja entre duas partes iguais; é, ao contrário, uma relação de subordinação. A maioria das questões teóricas e práticas que estão intimamente ligadas à adaptação é parte da área acadêmica mais ampla da intermedialidade.

Após essas introduções fundamentais, apresento uma lista de cerca de dez formas mais ou menos explícitas e mais ou menos reconhecidas de delimitar a noção de adaptação dentro do campo mais amplo da intermedialidade. Esses limites da adaptação, às vezes apenas implícitos e, às vezes,

¹ Publicado em inglês em *The Oxford Handbook of Adaptation Studies*, ed. Thomas Leitch, Oxford: Oxford University Press, 2017, no prelo.

principalmente, contestados por pesquisadores, são analisados e, cada um deles, brevemente examinado. O objetivo é identificar zonas fronteiriças da adaptação que são apenas parcialmente reconhecidas como tais pelos estudiosos da adaptação. Enquanto a lista apresentada se completa, obviamente, procuro abordar questões mais pertinentes relativas aos limites da adaptação e, conseqüentemente, dos estudos da adaptação. Os aspectos fundamentais nesta seção do ensaio demonstram que a falta de reflexão sobre essas fronteiras implica desconsiderar disciplinas vizinhas relevantes, e que essa desatenção aos campos teóricos relacionados reduz drasticamente a possibilidade de os estudos de adaptação produzirem pesquisa que seja aplicável a uma gama mais ampla de fenômenos e a um maior número de estudiosos, ou que seja, pelo menos, relevante para eles.

Na seção final deste ensaio, retorno às questões centrais da pesquisa em intermedialidade, e, portanto, dos estudos de adaptação, e sintetizo algumas noções vitais que são úteis para investigar as semelhanças e diferenças essenciais entre as mídias e para captar as condições materiais e semióticas para a adaptação. Ao passo que essas noções são apropriadas para a análise de processos de adaptação, se a adaptação é entendida de maneira mais ampla ou mais limitada, elas estão destinadas a investigar as relações intermediáticas em geral, colocando a adaptação, assim, em um contexto abrangente de interações midiáticas.

A relação entre a adaptação e a intermedialidade

Colocar dois conceitos ou campos de pesquisa juntos, em uma construção linguística, é fácil. Identificar e descrever suas inter-relações pode ser mais complicado, e sugestões estão sujeitas a questionamento. Como um pesquisador dedicado à intermedialidade e muito interessado nos estudos de adaptação, considero, porém, relativamente clara a relação entre a adaptação e a intermedialidade. Prosseguirei aos poucos para explicar a minha concepção.

O que é intermedialidade?

As mídias podem ser entendidas como ferramentas de comunicação; elas são entidades intermediárias que fazem conexão entre dois ou mais pontos de vista possíveis. Se usado de maneira não especificada, o termo *mídia* refere-se genericamente tanto aos produtos de mídia individuais quanto aos tipos de mídia. Todas as mídias são multimodais e intermidiáticas no sentido de que são compostas de vários recursos básicos e são especialmente entendidas em relação a outros tipos de mídia apenas, com os quais elas compartilham características básicas. Em poucas palavras, intermedialidade é (o estudo de) as relações específicas entre produtos de mídia distintos e as relações gerais entre os diferentes tipos de mídia. Werner Wolf, um dos principais pesquisadores da intermedialidade, a define como uma relação “entre mídias de expressão ou de comunicação convencionalmente distintas: esta relação consiste em uma participação verificável, ou pelo menos convincentemente identificável, direta ou indireta de duas ou mais mídias na significação de um artefato humano” (1999, p. 37). Nem todos os estudiosos da intermedialidade compartilham exatamente os mesmos conceitos e objetivos, obviamente; a visão apresentada aqui é da intermedialidade orientada para a semiótica em vez de, digamos, para os estudos culturais. Para mim, a intermedialidade pode claramente ser descrita como um ângulo de pesquisa que destaca as diferenças entre as mídias – e, portanto, semelhanças – e suas funções constitutivas para a construção de significado na comunicação. Além disso, sugiro que estudos teóricos da intermedialidade possam ser divididos em duas perspectivas principais (ELLESTRÖM, 2014, p. 3-4).

A primeira é uma perspectiva sincrônica: como podem diferentes tipos de mídia ser entendidos, analisados e comparados em termos da combinação e da integração de traços fundamentais de mídia? Esse ponto de vista enfatiza uma compreensão das mídias como produtos de mídia, tipos de mídia e traços coexistentes de mídia.

A segunda é uma perspectiva diacrônica: como as transferências e transformações de características das mídias podem ser compreendidas e descritas de forma adequada? Esse ponto de vista enfatiza uma compreensão das mídias que inclui uma distância temporal entre os produtos de mídia, tipos de mídia, e traços de mídia - seja uma lacuna real em termos de tempos diferentes de gênese, seja uma lacuna no sentido de que o perceptor estabeleça a importância de uma mídia com base em mídias já conhecidas. Isso vai além do campo geral da história das mídias, isto é, o estudo de como os tipos de mídia evoluíram e se transformaram ao longo dos séculos. Encontramos o último sentido de uma perspectiva diacrônica das mídias em, por exemplo, Rajewsky (2005, p. 46-47).

Características das mídias é uma expressão que uso para designar todos os tipos de traços das mídias que tendem a ser associados tanto à forma quanto ao conteúdo: estruturas, histórias, ritmos, composições, contrastes, temas, motivos, personagens, ideias, eventos, humores e assim por diante. Todas as coisas que podem ser representadas por uma mídia, no sentido amplo de se fazerem presentes na mente do perceptor, são as características das mídias; essas características são mais ou menos transmidiais, o que significa que podem ser transferidas com mais ou menos sucesso entre os diferentes tipos de mídia (ELLESTRÖM, 2014, p. 39-45).

Em relação à perspectiva diacrônica, acho que é indispensável manter certa ênfase tanto na noção de transferência, indicando que os traços identificáveis são, na verdade, realocados entre as mídias (a história e as personagens de uma história em quadrinhos podem ser claramente reconhecidas em um filme), quanto na noção de transformação, salientando que as transferências entre as diferentes mídias, entretanto, implicam sempre alterações (a história no filme pode não ser, eventualmente, idêntica à dos quadrinhos). Para efeitos de concisão, no entanto, refiro-me a esta perspectiva simplesmente como *transformação de mídia*.

Portanto, enquanto intermedialidade inclui amplamente todos os tipos de relações entre diferentes tipos de mídias, transmidialidade inclui relações

intermediáticas mais estreitas que se caracterizam por transferências reais ou potenciais. As questões a serem discutidas no que se segue podem, assim, ser denominadas tanto intermediáticas como transmidiáticas.

O que é a adaptação?

Para mim, é mais difícil definir adaptação do que intermedialidade. Obviamente, tenho conhecimento razoável sobre o assunto, mas falta motivação profissional para delimitá-lo de forma mais precisa. Assim, vejo como minha tarefa destacar as formas de adaptação que poderiam ser definidas de maneira mais restrita ou mais ampla, em vez de definitivamente.

Contudo, tenho algumas considerações bastante severas sobre a adaptação em relação à intermedialidade. Adaptação, entendida como um fenômeno de mídia e não como ajuste ou aclimatização de qualquer coisa é, sem dúvida, um tipo de transformação midiática. Além disso, é um tipo específico de transformação de mídias. Acho conveniente e determinante, em termos teóricos, distinguir dois tipos de transformação de mídia que devem ser entendidos como duas categorias analíticas em vez de dois tipos de objetos. A primeira é a *transmídiação*: a representação repetida (embora certamente não idêntica) de características de mídias por um outro tipo de mídia, como um programa de televisão mostrando as mesmas personagens e temas como em um livro infantil ou sendo narrativamente estruturado como em um drama clássico. A segunda é a *representação de mídias*: a representação de um outro tipo de mídia, como uma resenha crítica que descreve uma apresentação de dança ou se refere à música; uma mídia, que é algo que representa, torna-se representada. Enquanto a transmídiação consiste em “escolher” elementos de uma mídia e usá-los de maneira nova em outro tipo de mídia, por assim dizer, a representação de mídia trata de “apontar” para uma mídia a partir do ponto de vista de outro tipo de mídia. Em outras palavras: enquanto na transmídiação a “moldura” não é incluída na transferência de uma mídia

para outra, no caso da representação, ela o é. Embora esses dois tipos de transformação de mídia se sobreponham na prática, obviamente, convém mantê-los separados teoricamente, já que enfatizam duas formas diferentes de transferência de características de mídias entre diferentes mídias (ELLESTRÖM, 2014, p. 11-35)².

O exemplo mais conhecido de representação de mídia na esfera artística é a ecfraze, tipicamente um poema que representa uma pintura. Ecfrazes são geralmente entendidas por se referirem diretamente aos seus objetos representados (o poema ecfrástico pode usar palavras como “pintura” ou “imagem” e frases como “à esquerda” ou “no meio da imagem”). O exemplo de transmidiação mais conhecido na esfera artística é a adaptação, geralmente um filme transmidando um romance. Fora dos créditos, o filme de adaptação não se refere normalmente ao romance adaptado (por exemplo, os personagens não dizem que “estamos agora perto do fim do romance”); ele usa, sim, os traços do romance de uma maneira nova. Para além desses tipos de transformação de mídias já estabelecidos e do estudo das transformações das mídias, há um amplo espectro de outras questões de investigação em transmidialidade sem nomes reconhecidos. A noção popular de remediação está, sem dúvida, intimamente relacionada com a questão da transformação de mídia, embora Bolter e Grusin, por exemplo, não a delineiem apropriadamente do ponto de vista da intermidialidade.

A adaptação é, assim, uma espécie de transmidiação: uma mídia representa de novo, mas de forma diferente, algumas características que já foram representadas por outro tipo de mídia. Isso é o mais longe que posso ir ao tentar definir adaptação. Como, segundo meu conhecimento, a adaptação nunca foi definida em termos de representação de mídia, não acho esta delimitação muito controversa. A adaptação é, sem dúvida, comumente entendida como a transferência de características midiais de uma mídia para outra, mas não como representação de mídias. Uma mídia que adapta outra

² Ver também, neste livro, “A adaptação no campo das transformações das mídias”.

mídia não representa aquela outra mídia; representa seus traços de uma nova maneira. Por exemplo, um filme que representa uma encenação teatral (um filme que inclui a encenação de uma peça em seu enredo) não é normalmente chamado de adaptação; contudo, um filme cuja trama se assemelha à de uma peça de teatro é geralmente reconhecido como adaptação.

Não sou o único que hesita em delimitar a noção de adaptação para além deste ponto. Embora as definições detalhadas e condensadas de fenômenos complexos possam ser inúteis e até enganosas, é surpreendente constatar a falta de esforços para realmente definir o fenômeno e a área de pesquisa da adaptação para além da ideia fundamental de que ela envolve algum tipo de transferência entre os diferentes tipos de mídia (às vezes a adaptação é, na verdade, entendida também como transferência entre tipos semelhantes de mídia, o que a torna um fenômeno tanto intramidiático quanto intermidiático). Ao analisar estudos existentes, encontra-se uma abundância de estudos de caso, muitos resumos de pesquisa, e (nas últimas décadas) um número crescente de discussões críticas totalmente afiançadas em torno de teorias inadequadas e de conceitos bem estudados. Além disso, existem muitas sugestões sobre o que os estudos da adaptação devem fazer em vez de continuar com análises habituais de semelhanças e diferenças entre filmes e suas fontes literárias. No entanto, definições elaboradas sobre a essência e as fronteiras desse campo são escassas. O campo de pesquisa parece ter crescido organicamente a partir de uma pragmática e certamente um ponto de partida legítimo: a existência de uma enorme quantidade de filmes baseados em romances e peças de teatro.

Embora não seja o meu objetivo definir a adaptação, a seção seguinte deste ensaio vai tentar demonstrar que é vital examinar as zonas fronteiriças da adaptação. Vou deixar para outros, com um incentivo maior, a demarcação dos estudos da adaptação como um campo separado dos estudos de transformação das mídias a fim de decidir onde as barreiras, se houver, devem ser colocadas.

O que é adaptação e intermedialidade?

Deveria estar claro agora por que acho que a adaptação e a intermedialidade não são duas partes iguais que podem ser unidas ou existir em conflito uma com a outra. O fato incontestável de que a adaptação diz respeito à transferência de traços de mídia de um tipo de mídia para outro é a sua característica mais fundamental, penso eu, o que torna a adaptação parte da área ampla da transmedialidade e da área ainda mais ampla da intermedialidade. A maioria das questões teóricas e práticas discutidas sob o título de adaptação está, portanto, subordinada às questões da pesquisa em intermedialidade. Note que eu digo “a maioria” das questões teóricas e práticas: há certamente questões relevantes para os estudos de adaptação que não fazem parte, como tal, da intermedialidade, mas em vez disso, podem ser, históricas, sociológicas ou estéticas. Da mesma forma, também estudos de intermedialidade em geral são de preferência combinados com várias outras áreas de investigação, dependendo de questões básicas de pesquisa. No entanto, estudos de adaptação que ignoram a condição fundamental da transformação das mídias não são, possivelmente, estudos de adaptação.

As fronteiras dos estudos de adaptação: dez pressupostos

Agora é o momento de examinar como as investigações sobre adaptação podem ser posicionadas no campo mais amplo da intermedialidade. Embora já tenha afirmado que a adaptação é um tipo de transmediação, várias questões sobre o seu alcance precisam ainda ser respondidas. No entanto, pode-se afirmar desde o princípio que, independentemente da forma como a adaptação tem sido delimitada, ela tem apenas partes, aqui e ali, abrangidas pelo campo da transmediação. É um dilema. O problema é que muitos objetos de pesquisa, questões e pontos de vista são deixados fora de foco por razões pouco claras. Como consequência, torna-se difícil construir teorias abrangentes de adaptação cujos resultados sejam possíveis de generalizar além do próprio campo da adaptação.

Vou aqui examinar brevemente dez zonas fronteiriças de adaptação que identifiquei com base em um estudo crítico de pesquisa em adaptação. Estas zonas de fronteira serão indicadas por meio de dez pressupostos mais ou menos explícitos ou aceitos sobre os limites da adaptação. Não considero estes pressupostos como falácias; minha tarefa é identificar zonas fronteiriças, não sugerir fronteiras expandidas para os estudos da adaptação. O primeiro pressuposto diz respeito à questão primordial de saber se as mídias envolvidas na adaptação são apenas criações individuais ou se são também grupos de mídia. Da segunda à quinta premissas, todas envolvem questões sobre quais os tipos de mídia devem ser tratados: mídias auxiliares ou apenas mídias autônomas? Não artísticas ou apenas mídias artísticas? Mídias casuais ou apenas premeditadas? Ademais: se apenas as mídias autônomas, artísticas e premeditadas são objetos de investigação relevantes, as relações entre todos os tipos de mídia que cumprem esses critérios devem ser consideradas ou apenas as relações entre literatura ou teatro e filme? O sexto pressuposto é sobre que caráter as características transmidiadas têm: a adaptação deve ser entendida como transferência de todos os tipos de característica da mídia, ou apenas os traços narrativos? Dos pressupostos sétimo ao décimo, todos têm a ver com que tipo de relação há entre as mídias envolvidas. A adaptação pode ser entendida como a transferência de características de mídias de várias mídias, ou está restrita a uma mídia de fonte única? Ela pode ser concebida como a transferência de partes de mídia ou apenas a mídia completa deve ser considerada? As transferências indiretas também podem ser consideradas? A adaptação é sempre uma transferência unidirecional?

Considerando que vários desses problemas são explicitamente e, no caso de alguns deles, amplamente discutidos na pesquisa sobre adaptação existente, outros só estão implícitos ou mesmo ausentes (e sem dúvida seria possível adicionar outros pressupostos à minha lista). Pela mesma razão, vários dos pressupostos são contestados, enquanto outros são defendidos ou silenciosamente aceitos. No panorama que segue, vou ter de me conformar com uma seleção de referências que espero ser representativa e razoavelmente justa.

1. *A adaptação é uma transferência de características de mídias entre produtos de mídia e não entre mídias qualificadas*

O primeiro e talvez o mais abrangente pressuposto diz respeito à natureza das mídias envolvidas na adaptação: são elas criações específicas, ou antes, grupos de mídias, ou, em outras palavras, produtos de mídia ou mídias qualificadas? Uso o termo *mídias qualificadas* para denotar tipos de mídia (tanto artísticas quanto não artísticas) que são histórica e comunicativamente situadas, indicando que suas propriedades diferem dependendo de parâmetros tais como tempo, cultura, preferências estéticas e tecnologias disponíveis. As mídias qualificadas incluem tipos como música, filmes, programas de rádio e artigos de jornais. Uma mídia qualificada é constituída por um conjunto de produtos de mídia individuais³. A questão para os estudos da adaptação é se a adaptação deve ser entendida como a transferência de características de mídias entre produtos individuais de mídia ou entre mídias qualificadas.

É claro que a maioria dos pesquisadores tacitamente supõe que em adaptação tanto a mídia fonte quanto a mídia destino são produtos de mídia. Embora muitos estudos de adaptação de filmes sejam combinados ou integrados com as investigações sobre as relações entre literatura e cinema em geral, estas relações, incluindo transferências de características entre diferentes mídias qualificadas, não são chamadas de adaptação. No entanto, quando se investigam exemplos individuais de adaptações obra-a-obra, distinguir claramente entre as características gerais das mídias qualificadas e as propriedades que pertencem a um determinado produto de mídia não é, obviamente, possível: muitas das características de, por exemplo, um romance em particular, são características dos romances ou mesmo da literatura escrita em geral.

Alguns pesquisadores da adaptação têm apontado as consequências desta hipótese. Patrick Catrysse observa que as fontes de uma adaptação filmica podem ser múltiplas; elas não são apenas literárias e não são necessariamente produtos de mídia específicos. Os filmes *noir* americanos, por

³ Ver, neste livro, “As modalidades da mídia”.

exemplo, adaptam não só obras literárias, mas também as características do “expressionismo alemão da década de 1920, bem como a fotografia, o desenho e a pintura norte-americanos contemporâneos” (1992, p. 61). Uma década depois, Kamilla Elliott aponta mais enfaticamente que o campo que ela prefere para se referir à adaptação nem sempre considera traços comuns das mídias (2003, p. 113-32). Para utilizar minha terminologia, Elliott argumenta que a noção de adaptação deveria incluir a transmídiação tanto de produtos de mídia quanto de mídias qualificadas. No entanto, a hipótese de que a adaptação seja a transferência de características de mídias entre produtos de mídia, não entre mídias qualificadas, ainda é um marco dos estudos da adaptação.

2. *A adaptação é uma transferência de características de mídias entre mídias autônomas, não entre mídias auxiliares*

O segundo pressuposto é que a adaptação envolve apenas mídias que são distribuídas de forma independente e apreciadas como obras acabadas por si mesmas e não as mídias que estão auxiliando o processo de produção. Isto significa que mídias qualificadas, como partituras, *scripts* e libretos, concebidas para serem transmidiadas e que possuem qualidades que as tornam menos aptas a serem apreciadas por não especialistas, não são tratadas como mídias fonte para a adaptação. Jack Boozer, que defende um foco sobre o roteiro em adaptação fílmica, sugere uma explicação sobre este procedimento não ser padrão:

uma obra de ficção ou drama normalmente tem um único autor e uma facilidade maior de ser consumida no formato de publicação, assim como um filme adaptado pode ser reconhecido como uma entidade acabada na tela. O roteiro adaptado, no entanto, não teve nenhuma existência comparável como um artefato acabado para o público consumidor (com exceção das transcrições publicadas) (2008, p. 2).

Obviamente, todos os estudiosos da adaptação estão bem conscientes da existência de mídias auxiliares, como roteiros e libretos; o importante é que eles não são geralmente considerados como fontes de adaptação. Embora a pesquisa de adaptação muitas vezes discuta mídias auxiliares, fica normalmente implícito, em vez de abertamente declarado, que elas não são realmente mídias fonte. Porém, diversos pesquisadores, incluindo Boozer (2008) e Thomas Leitch (2003, p. 150), têm desafiado esta suposição. Robert Stam afirma, breve e paradoxalmente, que “até filmes de ficção não adaptados adaptam um roteiro” (2004, p. 45). Ademais, Anna Sofia Rossholm (2013) examina um tipo de mídia auxiliar que não recebeu muita atenção – o caderno de artista – em um estudo que trata os cadernos do diretor Ingmar Bergman como fontes de adaptação.

Porque não existe tal coisa como uma mídia fonte definitiva e indiscutível, penso que alguns estudiosos da adaptação debateriam a possibilidade de tratar as mídias auxiliares como mídias fonte. A escolha da mídia fonte examinada é guiada pela atenção crítica e por uma apreciação de relevância. Contudo, até agora não houve qualquer mudança nesse sentido; o estudo de mídias autônomas como mídias fonte ainda domina claramente este campo.

3. A adaptação é uma transferência de características de mídias entre mídias artísticas, não entre mídias não artísticas

A terceira suposição parece ser adotada implicitamente pela maioria dos estudiosos de adaptação nas Humanidades. Os estudos de adaptação dedicaram-se integralmente à investigação de como as características das mídias são transferidas entre as mídias que incluem ou têm fortes ligações com as mídias artísticas. Este é também o caso de explorações de adaptação de história. Até então ninguém contestou a noção de que a adaptação é um processo artístico (embora muitas vezes seja reconhecido que o termo *adaptação* também se refira a noções como a de adaptação de espécies em seu meio natural; noções que podem ser relevantes para a comparação

com a adaptação artística). Por outro lado, ela também não foi defendida, já que é um pressuposto que não está explicitamente estabelecido. Deve-se notar, porém, que a gama de obras artísticas tratadas pelos estudiosos da adaptação tem se expandido. Em uma coleção influente de ensaios sobre a adaptação do final da década de 1990, as editoras Deborah Cartmell e Imelda Whelehan incluíram estudos da cultura popular (1999, p. 172-225), abrindo as portas para a pesquisa sobre a adaptação entre uma vasta variedade de produtos da cultura popular. A cultura popular, no entanto, também é composta por mídias artísticas, quer julguemos seu nível estético alto ou baixo. As mídias não artísticas, como reportagens e anúncios (também potencialmente estéticas; não há fronteira definida entre o artístico e o não artístico, é claro), ainda estão à espera de serem adotadas, ou mesmo percebidas, pelos estudos da adaptação.

4. A adaptação é uma transferência de características de mídias entre as mídias premeditadas, não as casuais

Um quarto pressuposto parece ser tacitamente adotado por todos os estudiosos de adaptação. A noção de que a adaptação envolve mídias premeditadas – aquelas que são planejadas, elaboradas, cuidadosamente trabalhadas – é dada como certa. Não é abertamente declarada nem contestada. Os tipos de mídia casuais como linguagem comum, os gestos e as mensagens de e-mail são excluídos por predefinição. Enquanto isso pode ser compreendido como uma consequência de as mídias não artísticas serem evitadas, as mídias casuais estão um passo à frente dos estudos padrão de adaptação, por assim dizer: mesmo se as mídias não artísticas fossem incluídas neste campo de pesquisa, isso com certeza não levaria automaticamente a uma inclusão das mídias casuais.

Embora eu não conheça qualquer tentativa de expandir os estudos de adaptação ao domínio da mídia casual, Francesco Casetti dá um passo nessa direção quando sugere “considerar o audiovisual e os textos literários como se considera conversas, reportagens de jornais, discursos públicos,

relatórios de pesquisa, histórias e anedotas” (2004, p. 82). Em outras palavras, ele argumenta que as mídias não artísticas e casuais devem fazer parte do campo de referência em pesquisa sobre adaptação a fim de nivelar a hierarquia midiática. No entanto, ainda estamos à espera de alguém que realmente sugira que os estudos de adaptação devem investigar a transferência de características entre as mídias casuais. Tal investigação se constituiria em uma grande expansão na área da transmídiação. Ao passo que a inclusão das mídias não artísticas e das casuais seria, sem dúvida, uma mudança fundamental de enfoque para os estudos da adaptação, também significaria que o material fundamental e as condições mentais para a transferência de características entre diferentes mídias poderiam ser investigados baseados em um material empírico mais amplo e variado.

5. A adaptação é uma Transferência de características midiais da literatura ou do teatro para o cinema, não entre outras mídias qualificadas

Dado que o material empírico para os estudos da adaptação não inclui mídias auxiliares, nem mídias não artísticas nem mídias casuais, geralmente também se assume que a adaptação envolve a transferência de características midiais da literatura ou do teatro para o cinema em vez de entre outros tipos de mídia. Para muitos, adaptações romance-para-filme são as adaptações arquetípicas. No entanto, sempre ficou estabelecido que contos e peças de teatro podem ser mídias fonte para a adaptação assim como os romances. Os primeiros estudos de adaptação fílmica investigam as adaptações de peças de teatro, e as adaptações fílmicas de Shakespeare são um *locus* clássico para os estudos da adaptação.

No entanto, uma expansão dos tipos de mídias fonte e uma adição de vários tipos de mídia destino estão claramente a caminho há algumas décadas. O escopo limitado de filmes que adaptam a literatura e o teatro foi abertamente e até mesmo forçosamente contestado por diversos pesquisadores, muitos deles influentes. Ao discutir a adaptação no contexto da

teoria interpretativa, Dudley Andrew argumenta, em 1984, que a adaptação é certamente maior do que a relação romance-para-filme (p. 96-106). Andrew mais tarde sugere que a adaptação pode incluir a noção de que o filme adapta a história em vez de outras mídias (2004, p. 167-1491). De certa forma, isso tiraria os estudos da adaptação do campo da intermedialidade, não fosse o fato de que a história sempre nos alcança através de uma mídia.

A pesquisa em adaptação, para além da fórmula literatura ou teatro-para-filme, aparece de várias formas. Tem havido investigações das adaptações de filme para romance, de quadrinhos para filme, e de romance para desenho animado e para filme (Cartmell e Whelehan); de romance para ópera (Halliwell); de narrativas orais para filme (Cham); de drama para sinfonia, de drama para a ópera, de romance para a canção, de romance para filme para a ópera, e da música para o romance (Urrows); de romance gráfico para filme para cinema digital (Constandinides); e assim por diante⁴. No entanto, a fórmula implícita – literatura ou teatro-para-filme – continua a ter uma firme aderência aos estudos da adaptação. Há ainda muitos tipos de transmediação entre mídias premeditadas, artísticas e autônomas que normalmente não são contadas como exemplos de adaptação – por exemplo, a declamação de poesia escrita e outros tipos de transmediação entre textos verbais escritos e falados (no entanto, ver Groensteen, 1998, p. 276-77).

6. A adaptação é uma transferência de traços narrativos, não de outras características das mídias

A sexta suposição diz respeito à natureza das características transmidiadas. Frequentemente, talvez quase sempre, supõe-se que a adaptação envolva a transferência de traços narrativos, não de outras características das mídias – a menos que estejam acompanhadas por uma transferência de características narrativas. Às vezes, essa suposição fica explícita. Embora Linda Hutcheon, por exemplo, tenha investigado uma vasta gama de

⁴ Ver também, por exemplo, ELLIOT, *Rethinking*; HUTCHEON; LEITCH, *Film Adaptation*.

meios artísticos em *Uma teoria da adaptação* (2011), seu estudo ficou explicitamente limitado à adaptação de histórias.

Histórias, porém, não são as únicas coisas que podem ser transferidas entre mídias diferentes. Meu termo técnico para traços mais ou menos transmidiais é *características de mídias combinadas*, que devem ser entendidas como entidades cognitivas representadas pelas mídias (ELLESTRÖM, 2014, p. 39-45). Um número quase interminável de características de mídias combinadas está disponível para transferência entre mídias diferentes – para adaptação, se se deseja. Embora importante, a narração é apenas uma entre as características de mídias combinadas, ou melhor, entre uma constelação de características de mídias. É certamente conhecido no âmbito dos estudos de adaptação que as narrativas consistem de muitos elementos que estão intrinsecamente relacionados entre si. De forma elementar, a dicotomia forma-conteúdo pode nos ajudar a entender o que é realmente transferido quando narrativas são transformadas de um tipo de mídia para outro. Por um lado, enredos e histórias (a série de eventos conforme vão se desenrolando em uma decodificação temporal de um produto de mídia, e a série de eventos conforme eles são percebidos em sua relação entre si no mundo representado, virtual) são dois tipos de estruturas sequenciais narrativas que são transferidas entre as mídias. Além disso, o *storyworld*, que inclui um espaço virtual elaborado, pode ser pelo menos parcialmente transferido entre mídias diferentes. Além do mais, partes de narrativas – tais como as relações entre determinadas personagens ou outras figurações – podem ser transferidas; nitidamente, as relações entre entidades desse tipo são características narrativas formais. Por outro lado, muitos recursos em narrativas são percebidos como entidades. Hutcheon enumera uma série de elementos de uma história que são certamente características de mídias combinadas e podem ser entendidas como conteúdo de narrativa transmidial, tais como personagens, motivações, consequências, eventos, símbolos e temas (2011, p. 32).

Ao passo que a narração é tradicionalmente associada à literatura e aos filmes, ela tem cada vez mais ganhado o status de noção cognitiva fundamental nas últimas décadas. Transferência de narrativas e traços narrativos entre outros tipos de mídia também é possível. Marie-Laure Ryan, entre outros, investigou

esse fenômeno e explorou o que ela chama de “narratologia transmidial” (2004, p. 35). No entanto, essas novas revelações não foram captadas por estudiosos da adaptação em maior extensão.

Meu ponto principal aqui, porém, é que a noção de narrativa vai além – especialmente se percebida como uma característica fundamentalmente transmidial – mas não suficientemente longe se se objetiva uma compreensão mais completa de que tipo de característica de mídia pode ser transferida entre mídias diferentes. Estudiosos da adaptação reconhecem esta limitação de vez em quando, como quando observam que a adaptação envolve uma transferência do “espírito” da fonte⁵. Micael M. Clarke, por exemplo, argumenta que, apesar dos evidentes desvios da narrativa, a adaptação para o cinema de Mira Nair do romance *Vanity Fair* “capta o essencial do olhar de Thackeray: sua crítica social, sua simpatia pelas feministas, e sua sátira obscura do imperialismo britânico” (2008, p. 39).

Concluo que não é incomum incluir características de mídias que não têm muito a ver com a narrativa em discussões sobre a adaptação. A suposição de que a adaptação envolve apenas a transferência de narrativas é mais frequentemente contestada que explicitamente formulada e defendida. No entanto, há uma palpável falta de uma discussão elaborada e de conceituação quanto à questão central do que, afora a narrativa, realmente é transferido entre as mídias nas adaptações. Ao passo que existem muitas investigações estimulantes sobre as capacidades narrativas da literatura e do cinema, respectivamente, outros tipos de mídia e outros tipos de características de mídias combinadas não são tão bem examinados.

7. A adaptação é uma transferência de características midiais de uma mídia para outra, e não de várias mídias

É agora, finalmente, o momento de investigar como a adaptação foi delimitada dentro da área da transmidiação, considerando os diferentes tipos de relação entre a mídia fonte e a destino. O sétimo pressuposto é que a adaptação

⁵ Ver ELLIOTT, 2003, p. 136-43.

envolve apenas uma mídia fonte. No entanto, transferências específicas de características de mídias também podem ser entendidas como partes de redes complexas e de alcance ainda maior que envolvem muitas mídias. Várias mídias fonte podem ser transformadas em uma mídia destino e uma mesma mídia fonte pode ser transformada em várias mídias destino. Ao passo que sempre foi tido como certo que uma fonte pode ser adaptada várias vezes, alguns estudiosos de adaptação consideram que o processo de adaptação pode incluir várias fontes. No entanto, a suposição de que a adaptação envolve apenas uma fonte tem sido contestada por alguns estudiosos. Há mais de duas décadas, Cattrysse inequivocamente defendeu a noção de que a adaptação muitas vezes enreda várias mídias fonte (1992, p. 1997). A décima falácia do texto de Leitch, *Twelve Fallacies in Contemporary Adaptation Theory*, diz que “as adaptações estão adaptando exatamente um texto por vez” (2003, p. 164-65). Além disso, Peter Lev (2007) e Regina Schober (2013) defendem as vantagens da inclusão de várias fontes em investigações sobre a adaptação (cf. Hutcheon, 2011).

É também evidente a hipótese de que uma mídia que atua como destino em um caso específico de transformação de mídia pode ser vista como fonte de ainda outra mídia destino. No final, a maioria dos produtos de mídia, e também as mídias qualificadas, podem muito bem ser entrelaçadas em uma enorme e inacabada teia de transformações midiáticas.

8. A adaptação é uma transferência de características de mídia entre mídias completas, não entre partes de mídias

Quanto ao oitavo pressuposto, tanto a mídia fonte quanto a mídia destino devem ser consideradas em sua totalidade, e não de maneira fragmentada. Embora isto seja tacitamente entendido como a norma, acho que poucos a defenderiam em qualquer extensão. Ninguém nega que a adaptação envolve necessariamente desvios da fonte, o que significa que ela não pode, em sentido absoluto, ser transferida completamente. Ademais, é muito comum considerar apenas partes da mídia fonte, da mídia destino, ou ambas. No entanto, a maioria das investigações sobre adaptação se concentra em produtos de mídia completos em vez de em fragmentos.

A ideia de adaptar uma mídia qualificada em sua totalidade, porém, é claramente um absurdo. Não é uma questão importante nos estudos da adaptação, e raramente é trazida à tona nas discussões⁶. Contudo, é certamente relevante determinar a posição dos estudos da adaptação em relação às várias áreas de pesquisa no âmbito das ciências humanas que lidam não com comparações de produtos completos de mídia, mas com comparações gerais de ideias, abordagens, estilos, temas, motivos e estruturas em vários produtos de mídia e mídias qualificadas.

9. A adaptação é uma transferência direta, não indireta, de características de mídias entre mídias

Esta nona premissa está relacionada à segunda, mas não é idêntica a ela, no que tange à adaptação envolver apenas obras autônomas e não as auxiliares. A questão aqui, porém, não são os tipos de mídia, mas os tipos de relações entre as mídias que estão envolvidas na adaptação. Ao passo que a segunda premissa exclui as mídias auxiliares, a nona exclui as mídias intermediárias. Assim, de acordo com a nona premissa, a adaptação é normalmente entendida como (ou pelo menos investigada como) uma transferência direta de características a partir de uma fonte para um destino, sem considerar as mídias intermediárias potenciais que podem ser tanto auxiliares quanto autônomas, obras acabadas em si mesmas.

Esta suposição é meio paradoxal, já que é, sem dúvida, um procedimento normal pensar e analisar em termos de transferência de um romance para um filme, por exemplo, apesar de bem conhecido o fato de que uma sólida maioria das adaptações de romance para filme é baseada em roteiros que são baseados em romances, contos, peças de teatro e assim por diante (ver Leitch, 2003, p. 154). Não surpreende, assim, que a ideia implícita de que não é do âmbito dos estudos de adaptação lidar com a mídia intermediária tenha sido contestada por vários estudiosos. Pedro

⁶ Ver, no entanto, SCHOBER, 2013, p. 89.

Javier Pardo García, situando seus argumentos dentro do quadro geral da teoria da intertextualidade, observa que às vezes é tão difícil reconhecer fontes e destinos inequívocos que pode ser inevitável considerar produtos de mídia intermediários na investigação de processos de adaptação. Ao examinar a adaptação de Kenneth Branagh de *Frankenstein de Mary Shelley* para o cinema, ele se concentra em estágios intermediários do mito, versões em vários tipos de mídia, e histórias liberadas de sua primeira fonte: o romance de Mary Shelley (PARDO GARCÍA, 2005; CATTRYSSSE, 1992, 2014, p. 259-261). Walter Bernhart, escrevendo sobre a adaptação musical da literatura na canção de Kate Bush “Wuthering Heights” que se refere a eventos do romance *Wuthering Heights* de Emily Brontë, enfatizou que pensar a adaptação “em termos de uma transposição direta de uma mídia para outra” pode ser difícil (2008, p. 25). Considerar as fases intermediárias entre o que é interpretado como fonte e destino é às vezes necessário, argumenta ele, embora essas etapas possam ser difíceis de identificar porque envolvem redes de transferências.

10. A adaptação é uma transferência de características de mídias em uma única direção, e não duas

A décima e última premissa que vou destacar é baseada na noção de que a transferência de características midiáticas de uma mídia fonte para outro tipo de mídia destino é o cerne da transmediação e, portanto, da adaptação. Do ponto de vista prático, fica claro perceber que nenhum produto de mídia fonte é materialmente modificado ao ser adaptado e, nesse sentido, o pressuposto de que a adaptação envolve uma via de sentido único é uma verdade evidente em si mesma e, claro, explicitamente declarada inúmeras vezes. De um ponto de vista hermenêutico, no entanto, pode ser igualmente verdade que a adaptação envolve uma transferência bidirecional de certas características de mídias. Mesmo se alguém identificar um produto de mídia fonte definitivo que realmente preceda o produto de mídia destino, pode-se dizer que a fonte é afetada pelo destino: às

vezes entendemos um produto de mídia anterior de forma diferente à luz do novo produto de mídia.

De certa forma, portanto, algumas características de mídias podem ser entendidas como sendo transferidas de um novo produto de mídia a um produto de mídia anterior. De maneira semelhante, a compreensão de uma mídia qualificada anterior pode ser modificada por uma nova mídia qualificada que se percebe como baseada naquela. De uma perspectiva hermenêutica, a fonte pode tornar-se o destino, o que abre uma porta para os estudiosos que contestam o ponto de vista de que a adaptação ocorre em uma única direção. Thierry Groensteen aponta que a mídia destino pode afetar retroativamente a percepção e a valorização da mídia fonte (1998, p. 277). Elliott observa que a adaptação é “transformação mútua e inversamente recíproca que, no entanto, não restaura nem o filme nem o romance para seu lugar original” (2003, p. 229; Cf. GARCÍA LANDA, 2005). Ademais, Jørgen Bruhn (et al., 2011), sob a influência de Mikhail Bakhtin, defendeu uma visão dialógica da adaptação. Em um artigo recente, Elliott discute várias maneiras de contestar o pressuposto de que a adaptação é uma transferência de mão única (2013, p. 25).

Diferenças de mídia

Não estou argumentando a favor ou contra uma expansão da noção de adaptação em oposição às dez premissas elencadas na seção anterior deste ensaio. Não me interessa aqui delinear o campo dos estudos de adaptação. O que argumento é que, se as dez zonas limítrofes forem simplesmente ignoradas, os estudos de adaptação perdem a oportunidade de uma valiosa fertilização teórica mútua, tanto dentro como fora do campo de intermedialidade. Como podemos ver, muitas das zonas de fronteira já foram investigadas até certo ponto, enquanto outras foram mais gravemente negligenciadas.

Considerar e debater as zonas fronteiriças que ligam a adaptação às áreas próximas relevantes, porém, seria de pouca ajuda sem uma com-

preensão concisa dos elementos fundamentais das mídias. A adaptação é um tipo de transmidiação que se caracteriza pela transferência de uma combinação de características de mídias entre mídias distintas e, ao fim, a transformação da mídia é governada por semelhanças e diferenças fundamentais de mídias pré-semióticas e semióticas. Obviamente, nenhuma adaptação seria necessária se não houvesse diferenças a superar. Mais uma vez, deve-se enfatizar que, enquanto qualquer transferência de características de mídias entre dois tipos de mídias diferentes, inevitavelmente, leva à transformação, uma transferência de características reconhecíveis é possível; as características de mídias são mais ou menos transmidiais, uma observação constantemente verificada empiricamente uma vez que as pessoas observam semelhanças entre diferentes tipos de mídia, mesmo que nem todos os observadores concordem sobre que semelhanças sejam essas.

Existem inúmeras investigações *top-down* das diferenças de mídias, começando pelas concepções de duas mídias qualificadas como a literatura e o cinema, que estão repletas de suposições sobre como esses tipos de mídia são ou deveriam ser delineadas. Mas a questão fundamental das diferenças e semelhanças das mídias não foi, pelo que sei, investigada exaustivamente, embora não tenha passado despercebida pelos estudiosos da adaptação. Brian McFarlane aborda o assunto quando distingue “transferência” de “adaptação propriamente dita” e argumenta que, embora a transferência seja “o processo através do qual certos elementos narrativos de romances se revelam como passíveis de serem exibidos no filme”, a adaptação propriamente dita é “o processo pelo qual outros elementos do romance devem encontrar equivalências bastante diferentes na mídia filme, quando tais equivalências são procuradas ou estão totalmente disponíveis” (1996, p. 13). Elementos que são “não vinculados a um ou outro sistema semiótico” são transferíveis; elementos que estão “intimamente ligados ao sistema semiótico em que se manifestam” devem ser adaptados (1996, p. 20). Esta distinção destaca de forma útil a diferença entre as características ou elementos mais e menos transmidiais e sublinha que elementos adaptados estão “intimamente ligados” a um “sistema semiótico” específico. Embora

esta afirmação seja pertinente, as propriedades de sistemas semióticos devem ser investigadas mais detalhadamente além da noção linguisticamente tendenciosa de McFarlane de “enunciação” para chegar a um entendimento de “equivalências” entre os sistemas semióticos.

Outros pesquisadores que avançaram na direção das diferenças básicas e decisivas entre os tipos de mídia incluem Thierry Groensteen, que argumenta que qualquer mudança de mídia necessariamente afeta a maneira pela qual a nova mídia representa (1998, p. 275), e André Gaudreault e Philippe Marion, que afirmam que “qualquer processo de adaptação tem de levar em conta os tipos de ‘encarnações’ inerentes a este encontro em termos de materialidade das mídias” (2004, p. 61) – uma declaração que é válida para o campo da transformação das mídias em geral.

No entanto, essas observações têm uma natureza bastante preliminar. Assim, desenvolvi uma concepção *bottom-up* um pouco mais detalhada das semelhanças e diferenças fundamentais de mídia, começando não pelos tipos de mídias e suas inter-relações, mas com as menores unidades de propriedades de mídia materiais e mentais. Em um trabalho de pesquisa sobre a intermedialidade e a multimodalidade em geral, apresentei aquilo que chamo de as quatro modalidades da mídia: a material, a sensorial, a espaçotemporal, e a semiótica⁷. As três primeiras modalidades, que são pré-semióticas, devem ser entendidas como propriedades das mídias que precedem a interpretação, mas são obrigadas a se envolver, eventualmente, no domínio semiótico. Uma modalidade deve ser entendida como uma categoria de características de mídias relacionadas, que é básica no sentido de que todas as mídias podem ser descritas em termos de todas as quatro modalidades. Todos os produtos de mídia individuais e todas as concepções de mídias qualificadas podem ser entendidos como combinações específicas ou tipos de combinações de modos das quatro modalidades – em outras palavras, conjuntos de traços particulares pertencentes às quatro

⁷ Ver, neste livro, “As modalidades das mídias”.

modalidades. Um produto de mídia específico deve ser percebido através de pelo menos um modo material (como, por exemplo, um objeto sólido ou não sólido), pelo menos um modo sensorial (como, por exemplo, visual ou auditivo, ou ambos), pelo menos um modo espaçotemporal (espacial ou temporal, ou ambos), e pelo menos um modo semiótico (principalmente icônico, indicial ou simbólico). Embora estejam longe de cobrir todos os recursos das mídias, essas quatro modalidades formam uma base sobre a qual todas as mídias são construídas. Em *Media Transformation* (ELESTRÖM, 2014), usei essa moldura teórica para analisar a transformação das mídias, incluindo transmídiação e representação das mídias.

Com base nesse entendimento *bottom-up* das inter-relações das mídias, concluo que a literatura escrita e o cinema são essencialmente diferentes. Muitos pesquisadores carregam seus revólveres ao ouvirem a palavra *essencial*. Mas existem muitos tipos de essências, e nem todas são construções sociais. Semelhanças e diferenças essenciais entre as mídias consistem em características pré-semióticas e semióticas básicas. Por exemplo, a mídia qualificada filme é agora compreendida pela maioria das pessoas, na maioria das culturas, como uma combinação de signos visuais, predominantemente icônicos (imagens) midiados sobre uma superfície plana, e de som na forma tanto de ícones (como música), índices (sons contiguamente relacionados a eventos no filme), e símbolos (como a fala), e de todos eles se espera o desenvolvimento em uma dimensão temporal. A combinação dessas características é, sem dúvida, uma construção social historicamente determinada a que chamamos de mídia filme, mas, dadas suas qualificações, ela tem uma certa essência. Como as mídias qualificadas são concepções culturais criadas, percebidas e definidas por mentes humanas, não há tipos de mídia “como tal” e, portanto, não há essências independentes de mídias qualificadas “como tal”; no entanto, uma vez que concordamos que, por razões pragmáticas, é significativo dizer que há tipos de mídia diferentes, os traços essenciais pré-semióticos e semióticos estão inscritos nessas mídias qualificadas convencionalmente definidas. Seria absurdo argumentar que uma coleção estática de símbolos visuais (letras

e palavras) midiadas, por exemplo, por um livro, na verdade, constituem um filme. Isso ocorre porque existem diferenças essenciais em um nível básico entre nossas concepções de literatura e de cinema. Cem anos atrás, as duas mídias qualificadas foram interpretadas de forma ligeiramente diferente, o que significa que, naquele momento, as diferenças essenciais entre o que era então chamado de literatura e cinema eram ligeiramente diferentes; os mesmos termos foram utilizados para se referir a noções de mídia um pouco diferentes.

Essas diferenças são de natureza distinta das propriedades de mídias supostamente essenciais que Leitch – corretamente, eu acho – julga serem as “funções de seus momentos históricos e não das próprias mídias” (2003, p. 153). Leitch argumenta contra a visão essencialista de Seymour Chatman em “What Novels Can Do”, dizendo que “romances e filmes são adequados para tarefas fundamentalmente diferentes – do ponto de vista de Chatman, afirmação e representação, respectivamente” (2003, p. 151). Os estudos de adaptação sobre as semelhanças e diferenças entre as mídias, neste sentido amplo, muitas vezes com foco em ideais históricos, estéticos e normativos de como os tipos de mídia são ou deveriam ser diferentes tornaram-se muito populares a partir de George Bluestone (1957, p. 1-64).

Minha ênfase, aqui, nas dessemelhanças das mídias tem pouco a ver com esta tradição de comparar duas mídias qualificadas e julgar o que é adequado ou não para elas com base em “seus momentos históricos e não nas próprias mídias”; porém, acho vital sublinhar que há diferenças materiais, sensoriais, espaçotemporais e semióticas fundamentais entre as “mídias propriamente ditas”, no sentido de que os tipos de mídias socialmente construídos e culturalmente qualificados são construídos com base em capacidades materiais e mentais fundamentais de produtos de mídia e de seus perceptores. Embora estas capacidades se difiram em parte entre os tipos de mídias, elas também se sobrepõem em graus diferentes.

Apesar de haver diferenças pré-semióticas e semióticas essenciais entre as mídias, a transferência de características midiáticas através de fronteiras modais é, frequentemente, possível; como o cérebro tem habilidades de

cruzamentos modais – ele pode fazer transmissões significativas entre, digamos, informações visuais e auditivas, ou formas espaciais e temporais de apresentação –, muitas características das mídias são realmente transmidiais. Em resumo: o fato de existirem dessemelhanças fundamentais ou mesmo essenciais entre as mídias não impede as capacidades compartilhadas de representação (em vários graus) ou a transferência de características de mídias entre mídias diferentes (até certo ponto). Há mais de trinta anos, Andrew observou que, a fim de explicar como os diferentes sistemas de signos podem representar entidades que são aproximadamente as mesmas (como as narrativas), “deve-se presumir que o significado global do original é separável do seu texto” (1984, p. 101). Isso é verdade, sem dúvida: objetos representados são, afinal, entidades cognitivas em nossas mentes, e essas entidades podem se fazer presentes por meio de diferentes tipos de signos, embora diferenças entre as mídias assegurem sempre que elas não são completamente semelhantes quando representadas novamente por outro tipo de mídia.

Conclusão

A pesquisa sobre a intermedialidade investiga todos os tipos de inter-relações entre mídias diferentes. À medida que a centralidade da adaptação consiste na transferência de traços de mídia a partir de um produto de mídia para outro, diferente, os estudos de adaptação fazem parte dos estudos da intermedialidade em geral. Mais precisamente, a adaptação envolve uma visão diacrônica das relações intermidiais, em vez de uma visão sincrônica. Consequentemente, isso é parte do que poderia ser chamado de transformação das mídias. No entanto, em contraste com um fenômeno tal como a ecfrase, que é definida como um produto de mídia representando um outro tipo de produto de mídia, a adaptação nunca ficou limitada à representação das mídias. A adaptação deve ser entendida como um produto de mídia destino *representando novamente*

certas características de um produto de mídia fonte. Uma típica adaptação para o cinema, por exemplo, não representa seu romance-fonte – não é um filme sobre um romance; em vez disso, representa a história, personagens, e assim por diante, que foram anteriormente representados pelo romance. Chamo este tipo de transformação de mídia de *transmídiação*.

Tentei demonstrar que a adaptação, embora pertença, sem dúvida, à área da transmídiação, não está claramente delimitada dentro deste espaço da intermedialidade. Embora isso não seja necessariamente um problema em si mesmo, ele pode de fato tornar-se um obstáculo se resulta negligenciar as fronteiras da adaptação. Ignorar disciplinas vizinhas relevantes leva à endogamia teórica e ao isolamento conceitual. Minha lista de dez mais ou menos abertas e mais ou menos reconhecidas formas de delimitar a noção de adaptação dentro do campo mais amplo da intermedialidade destina-se a destacar as áreas e as questões de pesquisa que podem vir a ser frutíferas em esforços futuros para consolidar o quadro conceitual dos estudos de adaptação. Algumas dessas zonas fronteiriças empíricas e teóricas, como mostrei, já estão sendo exploradas; outras permanecem como um vasto território virgem.

Porém, investigar as zonas fronteiriças da intermedialidade que ligam a adaptação às disciplinas afins pertinentes será de pouca ajuda se os elementos fundamentais das mídias não forem devidamente considerados. A área de pesquisa dedicada às relações entre mídias distintas – mais precisamente relacionada à transferência de características entre mídias distintas – não resiste a investigações minuciosas das condições materiais e mentais fundamentais das diferenças e semelhanças entre mídias. Sugiro, portanto, trabalhar com noções da intermedialidade que abrangem tanto as fases pré-semióticas quanto as fases semióticas de criação de significado, noções aplicáveis a todos os tipos de mídias, não só literatura e filme.

Referências

- ANDREW, Dudley. *Concepts in Film Theory*. New York: Oxford UP, 1984.
- _____. Adapting Cinema to History: A Revolution in the Making. In: STAM, Robert (Ed.); RAENGO, Alessandra (Ed.). *A Companion to Literature and Film*. Malden: Blackwell, 2004, p. 189-204.
- ARAGAY, Mireia (Ed.). *Books in Motion: Adaptation, Intertextuality, Authorship*. Amsterdã: Rodopi, 2005.
- BERNHART, Walter. From Novel to Song via Myth: Wuthering Heights as a Case of Popular Intermedial Adaptation. In: URROWS, David Francis (Ed.). *Essays on Word/Music Adaptation and on Surveying the Field*. Amsterdã: Rodopi, 2008. p. 13-27.
- BLUESTONE, George. *Novels into Film*. Baltimore: Johns Hopkins UP, 1957.
- BOLTER, Jay David; GRUSIN, Richard. *Remediation: Understanding New Media*. Cambridge: MIT P, 1999.
- BOOZER, Jack. Introduction: The Screenplay and Authorship in Adaptation. In: BOOZER, Jack (Ed.). *Authorship in Film Adaptation*. Austin: U of Texas P, 2008. p. 1-30.
- BRUHN, Jørgen. Dialogizing Adaptation Studies: From One-Way Transport to a Dialogic Two-Way Process. In: BRUHN, Jørgen (Ed.); GJELSVIK, Anne (Ed.); HANSSSEN, Eirik Frisvold (Ed.). *Adaptation Studies: New Challenges, New Directions*. Londres: Bloomsbury, 2013, p. 69-88.
- BRUHN, Jørgen (Ed.); GJELSVIK, Anne (Ed.); HANSSSEN, Eirik Frisvold (Ed.). *Adaptation Studies: New Challenges, New Directions*. Londres: Bloomsbury, 2013.
- BRUHN, Jørgen; GJELSVIK, Anne; THUNE, Henriette. Parallel Worlds of Possible Meetings in Let the Right One In. *Word and Image*, v. 27, 2011, p. 2-14.
- CARTMELL, Deborah (Ed.); WHELEHAN, Imelda (Ed.). *Adaptations: From Text to Screen, Screen to Text*. Londres: Routledge, 1999.
- CASSETTI, Franco. Adaptation and Mis-Adaptations: Film, Literature, and Social Discourses. In: STAM, Robert (Ed.); RAENGO, Alessandra (Ed.). *A Companion to Literature and Film*. Tradução Alessandra Raengo. Malden: Blackwell, 2004, p. 81-91.
- CATTRYSSSE, Patrick. Film (Adaptation) as Translation: Some Methodological Proposals. *Target*, v. 4, 1992, p. 53-70.
- _____. The Unbearable Lightness of Being: Film Adaptation Seen from a Different Perspective. *Literature/Film Quarterly*, v. 25, 1997, p. 222-230.
- _____. *Descriptive Adaptation Studies: Epistemological and Methodological Issues*. Antuérpia: Garant, 2014.

CHAM, Mbye. Oral Traditions, Literature, and Cinema in Africa. In: STAM, Robert (Ed.); RAENGO, Alessandra (Ed.). *Literature and Film: A Guide to the Theory and Practice of Film Adaptation*. Oxford: Blackwell, 2005, p. 295-312.

CHATMAN, Seymour. What Novels Can Do That Films Can't (and Vice Versa). *Critical Inquiry*, v. 7, 1980, p. 121-140.

CLARKE, Micael M. Celluloid Satire, or the Moviemaker as Moralizer: Mira Nair's Adaptation of Thackeray's *Vanity Fair*. In: KRANZ, David L. (Ed.); MELLERSKI, Nancy C. (Ed.). *In/Fidelity: Essays on Film Adaptation*. Newcastle: Cambridge Scholars P, 2008, p. 38-59.

CONSTANDINIDES, Costas. *From Film Adaptation to Post-Celluloid Adaptation: Rethinking the Transition of Popular Narratives and Characters across Old and New Media*. New York: Continuum, 2010.

ELLESTRÖM, Lars. *Media Transformation: The Transfer of Media Characteristics Among Media*. Basingstoke: Palgrave Macmillan, 2014.

ELLIOTT, Kamilla. *Rethinking the Novel/Film Debate*. Cambridge: Cambridge UP, 2003.

_____. Theorizing Adaptations/Adapting Theories. In: BRUHN, Jørgen (Ed.); GJELSVIK, Anne (Ed.); HANSSSEN, Eirik Frisvold (Ed.). *Adaptation Studies: New Challenges, New Directions*. Londres: Bloomsbury, 2013, p. 19-45.

GARCÍA LANDA, José Angel. Adaptation, Appropriation, Retroaction: Symbolic Interaction with Henry V. In: ARAGAY, Mireia (Ed.). *Books in Motion: Adaptation, Intertextuality, Authorship*. Amsterdã: Rodopi, 2005, p. 181-199.

GAUDREAU, André; MARION, Philippe. Transécriture and Narrative Mediations: The Stakes of Intermediality. In: STAM, Robert (Ed.); RAENGO, Alessandra (Ed.). *A Companion to Literature and Film*. Tradução Robert Stam. Malden: Blackwell, 2004, p. 58-70.

GERAGHTY, Christine. *Now a Major Motion Picture: Film Adaptations of Literature and Drama*. Lanham: Rowman and Littlefield, 2008.

GROENSTEEN, Thierry. Le processus adaptatif (Tentative de recapitulation raisonnée). In: GAUDREAU, André (Ed.); GROENSTEEN, Thierry (Ed.). *La transécriture: Pour une théorie de l'adaptation*. Québec: Nota bene, 1998, p. 276-277.

HALLIWELL, Michael. *Opera and the Novel: The Case of Henry James*. Ed. Walter Bernhart. Amsterdã: Rodopi, 2004.

HUTCHEON, Linda. *Uma teoria da adaptação*. Tradução por André Cechinel. Florianópolis: Ed. UFSC, 2011.

LEITCH, Thomas. Twelve Fallacies in Contemporary Adaptation Theory. *Criticism*, v. 45, n. 2, 2003, p. 149-171.

_____. *Film Adaptation and Its Discontents: From Gone with the Wind to the Passion of the Christ*. Baltimore: Johns Hopkins UP, 2007.

LEV, Peter. The Future of Adaptation Studies. In: WELSH, James M. (Ed.); LEV, Peter (Ed.). *The Literature/Film Reader: Issues of Adaptation*. Lanham: Scarecrow P, 2007, p. 335-338.

MCFARLANE, Brian. *Novel to Film: An Introduction to the Theory of Adaptation*. Oxford: Clarendon Press, 1996.

PARDO GARCÍA, Pedro Javier. Beyond Adaptation: Frankenstein's Postmodern Progeny. In: ARAGAY, Mireia (Ed.). *Books in Motion: Adaptation, Intertextuality, Authorship*. Amsterdã: Rodopi, 2005, p. 223-242.

RAJEWSKY, Irina O. Intermediality, Intertextuality, and Remediation: A Literary Perspective on Intermediality. *Intermedialités*, v. 6, 2005, p. 43-64.

ROSSHOLM, Anna Sofia. Auto-Adaptation and the Movement of Writing across Media: Ingmar Bergman's Notebooks. In: BRUHN, Jørgen (Ed.); GJELSVIK, Anne (Ed.); HANSEN, Eirik Frisvold (Ed.). *Adaptation Studies: New Challenges, New Directions*. Londres: Bloomsbury, 2013, p. 203-222.

RYAN, Marie-Laure. Introduction. In: RYAN, Marie-Laure (Ed.). *Narrative across Media: The Languages of Storytelling*. Lincoln: University of Nebraska Press, 2004, p. 1-40.

SCHÖBER, Regina. Adaptation as Connection: Transmediality Reconsidered. In: BRUHN, Jørgen (Ed.); GJELSVIK, Anne (Ed.); HANSEN, Eirik Frisvold (Ed.). *Adaptation Studies: New Challenges, New Directions*. Londres: Bloomsbury, 2013, p. 89-112.

STAM, Robert. Introduction: The Theory and Practice of Adaptation. In: STAM, Robert (Ed.); RAENGO, Alessandra (Ed.). *Literature and Film: A Guide to the Theory and Practice of Film Adaptation*. Oxford: Blackwell, 2005, p. 1-52.

STAM, Robert (Ed.); RAENGO, Alessandra (Ed.). *A Companion to Literature and Film*. Malden: Blackwell, 2004.

URROWS, David Francis (Ed.). *Essays on Word/Music Adaptation and on Surveying the Field*. Amsterdã: Rodopi, 2008.

WOLF, Werner. *The Musicalization of Fiction: A Study in the Theory and History of Intermediality*. Amsterdã: Rodopi, 1999.

TRANSFERÊNCIA DE CARACTERÍSTICAS DAS MÍDIAS ENTRE MÍDIAS DIFERENTES¹

Transfer of Media Characteristics Among Dissimilar Media

TRADUÇÃO DE ANA PAULA KLAUCK

Dados significativos são constantemente trocados entre as pessoas com ou sem aparatos técnicos, e também são transferidos entre diferentes tipos de mídias. Falamos e escrevemos uns com os outros, criamos música e imagens e transferimos conteúdos através de uma abundância de mídias diferentes. Quando comentamos uma fotografia de jornal, uma imagem visual e estática se transforma em palavras audíveis; quando um filme é feito a partir de uma *graphic novel*, uma mídia visual e estática, baseada em estruturas icônicas e palavras simbólicas, ela é transformada em uma mídia similarmente baseada em aspectos audiovisuais e espaço-temporais. Em nenhum dos casos a transferência ocorre sem deixar traços.

A transferência de características midiáticas entre mídias diferentes é um fenômeno amplamente difundido e fundamental para a maioria das situações comunicativas. O problema é que nós não temos, até agora, uma teoria abrangente para analisar e entender as complexas inter-relações entre as

¹ Este artigo é uma versão condensada de algumas das principais questões de meu livro *Media transformation: the transfer of media characteristics among media*. Desenvolvimentos conceituais mais amplos, discussões detalhadas e vários exemplos empíricos podem ser encontrados no volume publicado pela Palgrave Macmillan em 2014. Será publicado em inglês em *Palavra Chave*, 2017.

facetas cognitivas e materiais das transferências entre as mídias. O estudo recente de maior alcance que toca este campo é *Remediation: Understanding New Media*, publicado em 1999 por Jay Bolter e Richard Grusin. Enquanto um de seus grandes méritos são suas observações sobre o que os autores chamam de remediação, as noções fundamentais de mídia e remediação são apenas vagamente traçadas. Além disso, os autores se referem principalmente à mídia visual. A noção de remediação é um bom início, mas acredito que precisamos de teorias firmes para realmente compreender o complicado processo de transferência de características entre as mídias. Tais teorias devem, de forma ideal, incluir aspectos de materialidade de mídia e percepção sensorial bem como aspectos semióticos e cognitivos.

Consequentemente, o objetivo deste texto é desenvolver um novo enquadramento teórico para o estudo da transferência de características das mídias, que eu chamo de *transformação das mídias* em uma expressão geral. O objetivo dessa delimitação é explicar o que acontece quando dados significativos são mudados ou corrompidos durante a transferência entre diferentes mídias. A meu ver, uma compreensão profunda de tais processos é uma questão extremamente importante, com consequências de longo alcance para se entender a comunicação.

Minha abordagem difere dos estudos anteriores sobre a transformação das mídias². Eu me baseio em um modelo *bottom-up* de traços básicos das mídias. Em vez de iniciar com uma seleção das mídias e suas inter-relações, começo focando em propriedades fundamentais que são potencialmente compartilhadas por todas as mídias³. As similaridades e diferenças entre elas são necessariamente fundamentais para essa abordagem: transferir dados significativos entre mídias diferentes é transformá-los, o que é equivalente a manter algo, desfazer-se de algo e adicionar algo novo.

² Por exemplo, CLÜVER, *Intersemiotic Transposition*; BOLTER, GRUSIN; WOLF, *Musicalization of Fiction, Intermediality Revisited*; RAJEWSKY; ver ELLESTRÖM, *Media Transformation*.

³ Ver, neste livro, “As modalidades das mídias”.

Deve-se notar que não desejo isolar certos tipos de produtos de mídias e rotulá-los transmidiais. Para mim, transmidialidade é uma perspectiva analítica. Todos os produtos de mídias podem ser investigados tanto em uma perspectiva sincrônica, em termos de combinação e integração, quanto em uma perspectiva diacrônica, em termos de transferência e transformação. Sem dúvida, certos produtos de mídias, analisados diacronicamente, tendem a produzir significado de forma prolífica *vis-à-vis* suas relações com outros produtos de mídia pré-existentes; no entanto, não há produtos de mídia que não possam ser estudados em termos de transformação sem algum ganho.

O artigo inicia com algumas distinções teóricas fundamentais a respeito da criação de dados significativos pelas mídias. Em seguida, há uma seção sobre características transmidiais e, por fim, um esboço de um modelo proposto para a análise da transferência de características das mídias.

Mídiação versus representação e transmídiação versus representação das mídias

Minha principal distinção, que raramente é destacada em estudos de relações intermidiais, é entre *mídiação* e *representação*. Se essas duas noções coincidem, torna-se difícil discernir certos aspectos e estágios importantes da transformação das mídias (ELLESTRÖM, 2014)⁴.

Mídiação, como eu a defino, é uma realização pré-semiótica e física das entidades (com qualidades materiais, sensoriais e espaço-temporais e potencial semiótico), percebida pelos receptores humanos dos sentidos no contexto da comunicação.

Representação, como discutida aqui, é a criação de sentido nos atos de recepção perceptuais e cognitivos. Dizer que um produto de mídia representa algo é dizer que ele causa um certo tipo de interpretação. Essa interpretação pode ser mais ou menos conectada ao produto de mídia e à forma de percebê-lo, mas ela nunca existe independentemente

⁴ Ver também, neste livro, "A adaptação no campo das transformações das mídias".

da atividade cognitiva do destinatário. Quando algo representa, chama por algo mais; a entidade representativa produz alguma outra coisa, o representado, presente na mente. Como apontado por Charles Sanders Peirce, o signo, ou o *representamen*, representa um *objeto*⁵. Representação, a essência da semiótica é, com frequência, o resultado da mediação.

A noção de mediação, portanto, embasa a realização material da mídia, ao passo que a noção de representação destaca a concepção semiótica da mídia. Essa distinção é útil para analisar relações e processos complexos. Na prática, no entanto, a mediação e a representação são profundamente inter-relacionadas. Cada uma das representações é baseada na distinção de uma mediação específica. Além disso, alguns tipos de mediação facilitam certos tipos de representação, ao mesmo tempo que tornam outros tipos impossíveis. Por exemplo, o ar vibrante que sai de pregas vocais e lábios, percebido como som, é bem adequado para a representação icônica do canto de um pássaro, embora tal som não possa formar uma representação icônica tridimensional detalhada de uma catedral.

Dessa forma, uso o termo *mediar* para descrever o processo em que uma mídia técnica realiza configurações sensoriais potencialmente significativas: uma página de livro pode mediar, por exemplo, um poema, um diagrama ou uma escala musical. Se configurações sensoriais equivalentes (ou seja, aquelas que têm a capacidade de acionar representações correspondentes) são midiadas uma segunda vez (ou terceira ou quarta) por outro tipo de mídia técnica, elas são *transmidiadas*: o poema que era visto na página pode depois ser ouvido quando for transmidiado pela voz. Em outras palavras, o conteúdo do poema é *representado novamente* por um novo tipo de configuração sensorial (sinais audíveis e não visuais), midiado por um outro tipo de mídia técnica (não por uma página de livro que emite fótons, mas por ondas sonoras geradas pelas pregas vocais).

O conceito de transmediação envolve não somente a *re*-mediação, ou seja, mediação *repetida*, mas também a mediação repetida das configurações

⁵ Ver, por exemplo, PEIRCE, 1960, p. 2.228-229 [c. 1897].

sensoriais equivalentes por *outro* tipo de mídia técnica (por favor, observe-se que o termo “remediação”, como usado aqui, *não* deve ser entendido no sentido aberto de Bolter e Grusin). Por consequência, o termo composto *remediação transmidial* seria mais preciso para o conceito em questão. Para simplificar, prefiro o termo curto *transmídiação*.

Toda transmídiação envolve algum grau de transformação: as configurações sensoriais equivalentes e as representações correspondentes que elas acionam podem ser apenas um pouco diferentes e claramente reconhecíveis, mas também podem ser profundamente transformadas (por exemplo, as narrativas musicais baseadas na literatura diferem bastante de suas fontes).

Transmídiação é o primeiro tipo de transformação das mídias. Além disso, *representação das mídias*, o segundo tipo de transformação, envolve a modificação no processo de transferência. Representações das mídias como, por exemplo, um artigo de notícias descrevendo um documentário, ou uma fotografia que retrata uma performance de dança, devem ser entendidas como uma potencial representação tanto da forma da mídia quanto de seu conteúdo; a representação das mídias existe quando uma mídia apresenta outra à mente. Uma mídia, algo que representa, torna-se ela mesma representada.

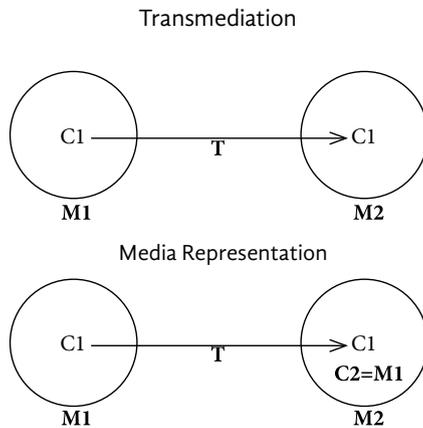


Figura 17. Transmídiação e representação de mídia.

M= mídia | C= características da mídia | T= transferência

As características distintivas da transmídiação e da representação das mídias podem ser vistas na Figura 17. Os círculos com M devem ser compreendidos como produtos de mídia, ou, mais especificamente, como mídias técnicas midiando configurações sensoriais. C, colocado dentro de M, deve ser entendido como as características das mídias representadas por configurações sensoriais. O círculo e seu interior é, assim, a ilustração tanto da mídiação como de sua representação. As setas com T representam os atos de transferência entre dois produtos de mídia: a mídia fonte (M1) e a mídia destino (M2). M2 é, portanto, uma nova mídia técnica que media configurações sensoriais mais ou menos diferentes comparadas a M1.

No caso da transmídiação, a mídia destino (M2) representa o mesmo conteúdo (C1) que a mídia fonte (M1); no caso da representação, a mídia destino (M2) representa a mídia fonte (M1), o que significa que a mídia fonte constitui as características da mídia destino (C2=M1). Como conteúdo representado de M2, M1 ainda representa C1. Em outras palavras: no primeiro caso de transformação da mídia, a mídia destino (M2) transmídia (representa novamente) as características da mídia fonte (M1). No segundo caso, a mídia destino (M2) representa a mídia fonte (M1). Em ambos os casos, as características da mídia fonte devem ser compreendidas para que permaneçam as mesmas até um certo ponto depois da transferência de M1 para M2.

Consequentemente, as representações das mídias com frequência podem ser entendidas também como transmídiações se incluírem, em certo grau, uma mídiação repetida de configurações sensoriais equivalentes. Não há contradição entre uma mídia destino, por um lado, representando uma mídia fonte e, por outro, midiando configurações sensoriais equivalentes àquelas do meio fonte. Isso pode ser inferido no diagrama da Figura 17. Uma fotografia representando um desenho de três gatinhos é, obviamente, uma mídia representando outra, mas ela também, claramente, inclui uma mídiação repetida de configurações sensoriais (visuais) de outra mídia técnica que não somente são equivalentes, mas, na verdade, bem similares. Uma descrição verbal auditiva de um desenho como “eu comprei um desenho de três gatinhos fofos” é também um caso de representação da mídia, mas, já que inclui

mediação repetida de configurações sensoriais equivalentes de outra mídia técnica (a voz é capaz de produzir signos simbólicos que representam partes substanciais de objetos representados por signos icônicos no papel: a noção de três gatinhos), ela também inclui transmediação.

Ambos os exemplos podem ser compreendidos como instâncias comparativamente complexas de representação das mídias, e fica claro que, se uma mídia é representada em algum detalhe, as características representadas da mídia fonte são transmidiadas pelo destino da transferência. No entanto, uma representação verbal bem simples como “eu comprei um desenho” é uma representação de mídia, mas não é transmediação; C1 (nesse caso, os gatinhos representados) não é novamente representado. Por consequência, na pura representação da mídia, somente M1, a casca vazia da mídia fonte, por assim dizer, é transferida para M2. Na transmediação pura, somente C1, o conteúdo da mídia fonte, é transferido para M2. Com frequência, tanto M1 quanto C1 são transferidos, o que significa que representação das mídias e transmediação estão presentes. Para ser preciso, então, o diagrama da representação de mídia na Figura 17, na verdade, também ilustra a representação das mídias e inclui a transmediação. A pura representação das mídias pode ser ilustrada como na Figura 18.

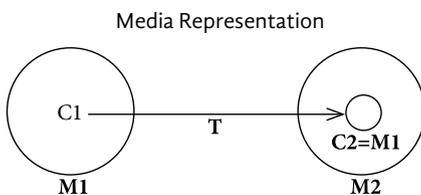


Figura 18. Pura representação das mídias.

Outras distinções que se deve ter em mente incluem o fato de que a transmediação e a representação das mídias podem envolver, por um lado, produtos de mídia específicos (o que se presumiu até agora) e, por outro, características gerais de mídias qualificadas. *Mídia qualificada* é uma expressão que uso para denotar todos os tipos de categorias de

mídias abstratas – artísticas e não artísticas – que são situadas histórica e comunicativamente, o que significa que suas propriedades diferem dependendo do tempo, da cultura e da preferência estética. Mídia qualificada inclui categorias como música, pintura, programas de televisão e artigos de notícias. Uma mídia qualificada é construída a partir de um aglomerado de produtos de mídia concretos⁶. Produtos de mídia podem representar outros produtos de mídia específicos, bem como características gerais de mídia qualificada, e ambos podem ser transmidiados⁷. Enquanto um romance pode descrever uma peça musical específica, pode também discutir e, por consequência, representar a música em geral. Um poema pode transmiar características de uma peça musical, e também pode transmiar características musicais gerais, tais como traços formais. Por consequência, os diagramas da Figura 17 podem também ilustrar a transmídiação e a representação das mídias envolvendo características das mídias em geral, em cujo caso M deve ser entendido como a ideia de uma mídia qualificada e C como características gerais das mídias.

Alguns tipos de representações de produtos de mídia complexos e específicos são comumente chamados de *ecfrase*. Enquanto uma *ecfrase* é tipicamente compreendida como um poema representando uma pintura, a noção tem sido substancialmente estendida nas últimas décadas⁸. *Ecfrase*, por sua vez, é somente a ponta do iceberg da representação das mídias.

O termo geral para transmídiação de produtos de mídia é *adaptação*⁹. A adaptação arquetípica é a transmídiação de um romance para um filme, mas o termo não é exclusivamente reservado para esse tipo de transferência¹⁰. Além disso, apenas alguns tipos de transmídiação de produtos de mídia específicos tendem a ser chamados de adaptação. Transmídiações de libretos, partituras,

⁶ Ver, neste livro, “As modalidades da mídia”.

⁷ Ver ELLESTRÖM, *Mídia transformation*.

⁸ Ver YACOBI; CLÜVER, 1997, *Ekphrasis reconsidered*; BHRUN; SAGER EIDT.

⁹ Ver, neste livro, “A adaptação no campo das transformações das mídias”.

¹⁰ Ver ELLIOTT; HUTCHEON; BERNHART; URROWS; SCHOBBER.

roteiros e outros, e transmidações de textos escritos, visuais e verbais para textos orais, audíveis e verbais (leituras em voz alta), ou o inverso, para mencionar apenas alguns exemplos, são raramente considerados como adaptação¹¹.

A base transmidial

Até agora, a transmidiação e a representação das mídias têm sido discutidas sem, na verdade, nos questionarmos como esses fenômenos são possíveis. Quais características estão envolvidas nos processos de transformação que envolvem as muitas mídias e como elas se relacionam? Inicialmente, deve-se reafirmar que nenhuma mídia pode transmidiar completamente ou representar todas as mídias. A mídia qualificada e os produtos de mídia individuais têm propriedades básicas diferentes; essas diferenças impõem limites para o que pode ser transmidiado ou representado. Além disso, as características das mídias representadas ou transmidiadas não são igualmente transmidiais; alguns traços estão quase que universalmente presentes na paisagem midiática, mas outros podem ser apenas marginalmente transformados para se encaixarem em outras mídias.

Refiro-me a essa ampla gama de características das mídias como base transmidial. As questões são: quais características podem ser transmidiadas ou representadas por outras mídias e por quê? Como as características das mídias são com frequência o resultado de contextualização e de práticas interpretativas complexas, essa questão pode ser tratada de modo sistemático apenas até certo ponto.

A base transmidial mais elementar consiste no que eu chamo em outro trabalho deste livro de as quatro modalidades das mídias – material, sensorial, espaçotemporal e semiótica¹². Uma modalidade deve ser entendida como uma categoria de características relacionadas, básicas no sentido de que todas as mídias podem ser descritas a partir dessas quatro modalidades.

¹¹ Ver, no entanto, GROENSTEEN.

¹² Ver, neste livro, “As modalidades das mídias”.

Todos os produtos de mídia individuais e todas as concepções de mídias qualificadas podem ser compreendidas como combinações específicas de modos dessas quatro modalidades. Os modos das modalidades não cobrem todas as características das mídias – longe disso – mas constituem um tipo de esqueleto sobre o qual todas as mídias são construídas.

As quatro modalidades das mídias e, mais especificamente, os modos das quatro modalidades, constituem, assim, uma base transmidial essencial. A superfície plana, por ser um modo de modalidade material, é um aspecto de romances impressos, gravuras, pôsteres, notícias de televisão e assim por diante, e é um pré-requisito para a transmidiação abrangente e fiel de, por exemplo, uma *graphic novel* para um filme. O áudio, um modo de modalidade sensorial, é um aspecto da rádio-novela, da ópera, da conversação cotidiana, da música de gamelão e de muitas outras mídias qualificadas. A melhor forma de representar fielmente as características das mídias sonoras é produzir sons similares.

A temporalidade, que deve ser compreendida como um modo da modalidade espaçotemporal, é um aspecto da poesia recitada, do teatro e dos comerciais de televisão, mas não das pinturas a óleo e dos folhetos turísticas. Enquanto todas as mídias são percebidas no tempo, apenas algumas são temporais em si mesmas. A transmidiação, com frequência, envolve mídias que são temporais e não temporais. O grafite é transmidiado fácil e fielmente por fotografias, ao passo que fotografias só podem ser parcialmente transmidiadas em dança. No entanto, algumas mídias qualificadas, assim como a maior parte da literatura visual e escrita, são convencionalmente decodificadas em sequências fixas, o que as torna temporais em segunda ordem, por assim dizer, e, por consequência, adequadas para a transmidiação em mídias temporais, como filmes.

A iconicidade, um modo da modalidade semiótica, é um aspecto vital para criar significado em mídias tais como anúncios de jornal, gráficos estatísticos, canções de rock e figuras em artigos acadêmicos (como as deste artigo). Estruturas icônicas criam significado à base da similaridade; as similaridades podem ser estabelecidas sobre fronteiras sensoriais ou espaço-temporais. Por exemplo, traços visuais podem retratar fenômenos cognitivos ou audíveis, e estruturas estáticas podem retratar fenômenos

temporais, ou seja, um gráfico pode retratar tanto uma mudança de tom quanto uma alteração de status financeiro. Em geral, a iconicidade interage com os outros dois modos principais da modalidade semiótica: (indicialidade, significado criado pela contiguidade) e simbolicidade (significado criado pelas convenções). Esse trinômio muito conhecido se origina em Peirce (ver, por exemplo, PEIRCE, 1960[1901], p. 2.304).

Os modos das modalidades são claramente necessários para identificar similaridades e diferenças entre as mídias que são, conseqüentemente, essenciais para delinear processos de transmidiação e representação, embora eles não determinem limites definitivos. Pode ser o caso de os modos de modalidades compartilhados facilitarem a representação e a transmidiação extensiva, enquanto algumas mídias são difíceis de transmidiar ou de representar se a mídia destino não possuir modos de modalidade vitais. Entretanto, devido às capacidades transmodais do cérebro, a transmidiação e a representação das mídias através de fronteiras de modos das modalidades são, até certo ponto, possíveis, comuns e, de fato, produtivas.

Em resumo: são as diferenças materiais, sensoriais, espaço-temporais e semióticas entre a mídia fonte e a mídia destino que permitem alterações inventivas que tornam os produtos de mídia novas criações. Da mesma forma, as diferenças modais tornam impossível transferir informações vitais sem transformá-las, como em reportagens que incluem cadeias de mídias interconectadas.

Enquanto os modos das quatro modalidades das mídias são características transmidiais básicas e universais, não são os modos das modalidades que são transferidos no processo de transformação das mídias; eles são, na realidade, fundamentos profundamente integrados necessários para formar o que chamo de *características midiais compostas* (Cf. ELLESTRÖM, 2014). Muitos produtos de mídia compartilham modos das modalidades, mas cada produto de mídia individual tem uma gama distinta de características midiais compostas, criadas pelo arranjo de todos os detalhes na expressão midial completa, como reconhecido e construído pelo perceptor do produto de mídia. As características midiais compostas devem ser compreendidas como aspectos dos produtos de mídia que são

apreendidos e formados quando uma mente estruturante e interpretativa compreende as configurações sensoriais midiadas.

As características midiais compostas podem ser fortemente ligadas a certos modos de modalidades, a um produto de mídia específico, ou a uma mídia qualificada; elas também podem ser transmidiais em grau considerável, o que significa que podem ser transferidas com sucesso entre muitos tipos de mídia qualificada. No entanto, características midiais compostas nunca podem ser completamente transmidiais: as diferenças modais entre mídias desiguais sempre fazem a diferença. De qualquer modo, a mente tem a capacidade de reconhecer similaridades que ligam as variações de mídias.

Características midiais compostas que podem ser transferidas entre mídias podem, de maneira rudimentar, ser divididas em aspectos de forma e conteúdo, o que deve ser compreendido, grosso modo, como uma distinção entre características midiais abrangentes e elementos mais restritivos.

A forma inclui todos os tipos de estrutura, manifestas sensorialmente no que pode ser visto, ouvido ou percebido de outra forma, ou como configurações cognitivas. Há uma ampla gama de aspectos ou derivações de estrutura: padrão, ritmo, equilíbrio, proporção, relação, repetição, similaridade e contraste são alguns exemplos. A despeito de sua natureza muitas vezes inacessível, essas noções têm longevidade extraordinária, o que deve significar que correspondem a inclinações perceptuais básicas, e preenchem necessidades cognitivas básicas.

Outras características formais midiais compostas são as qualidades intrincadas de estilo e perspectiva. Recentemente, Werner Wolf publicou alguns volumes sobre características transmidiais formais, tais como a descrição e a meta-referência (WOLF; BERNHART, 2007; WOLF, 2009). Uma característica transmidial complexa que eu mesmo tenho investigado é a ironia (ELLESTRÖM, 2002).

Quando se trata do conteúdo, algumas características midiais compostas são diretamente perceptíveis a partir da interface material do produto de mídia no surgimento de microestruturas simbólicas e icônicas, como palavras escritas ou audíveis, frases e detalhes icônicos visuais ou de áudio. Outras características midiais compostas que têm natureza de conteúdo são produtos de atividade cognitiva causada por processos de representação e concebidos

como situações, espaços, lugares, pessoas, animais, objetos, temas e similares. Todas essas características são, até certo ponto, transmidiais.

A narrativa, que inclui aspectos tanto de forma como de conteúdo, é uma das mais importantes características midiáticas compostas. Ela é tradicionalmente associada à literatura e aos filmes, mas tem adquirido crescente status de uma noção cognitiva fundamental. A narrativa pode ser considerada descendente da percepção estruturada e do pensamento espacial. Narrar, e interpretar em termos de narrativa, é uma forma de criar significado em forma sequencial. A narrativa não é limitada a modos materiais e sensoriais específicos. Nossos dois sentidos mais desenvolvidos cognitivamente, a audição e a visão, podem conter traços que podem ser conectados a sequências narrativas. Naturalmente, entretanto, mídias temporais em nível material, como filmes ou música, e aquelas que são convencionalmente baseadas em sistemas de signos sequenciais, como a literatura oral e a escrita, têm vantagem quando se trata de formar narrativas desenvolvidas. Além disso, as mídias que se apoiam em sistemas de signos avançados e simbólicos (primordialmente a linguagem verbal), como a literatura e o cinema, são ótimas para delinear narrativas complexas. Certamente, muitos tipos de narrativas podem ser transferidos entre mídias. O fenômeno tem sido investigado, entre outros, por Marie-Laure Ryan, que explora o que chama de narratologia transmidial.

Enredos e histórias são dois tipos de estruturas narrativas sequenciais que podem ser mais ou menos totalmente transferidas entre mídias. Além deles, o mundo da história (*storyworld*), que inclui um espaço virtual elaborado e deve contar como forma pode, ao menos em parte, ser transferido entre diferentes mídias, assim como porções da narrativa, como as relações entre personagens em particular e outras figurações. Linda Hutcheon (2006) listou um número de características que certamente são características midiáticas compostas, e que devem ser compreendidas como conteúdo de narrativa transmidial: personagens, motivações, sequências, eventos, símbolos, temas e outros.

É obviamente impossível criar uma lista exaustiva de características midiiais compostas. Além disso, a complexidade das características torna uma classificação objetiva muito difícil. Ainda assim, a noção de característica midiiais compostas não pode ser dispensada para se compreender completamente a ideia de transferência entre mídias.

Uma fórmula básica para a transferência de características das mídias

Com base na Figura 17, gostaria de propor uma fórmula para os traços rudimentares da transformação das mídias; isso envolve recapitular os temas centrais apresentados até agora. Já que “trans” significa “atravessar” ou “além”, o termo deve ser compreendido como representação de uma noção espaçotemporal: características midiiais compostas são transferidas de um lugar para o outro. Primeiro, lemos um romance em livro, e depois vemos o filme e reconhecemos mais ou menos a mesma história. Primeiro, a escultura é colocada na praça, e depois vemos as fotos e lemos sua descrição no jornal. Assim, a transformação de mídia pode ser explicada na fórmula: “um composto de Características transmidiiais é Transferido de uma Mídia fonte para uma Mídia destino”, ou “C é T de M1 para M2”.

A transferência é uma transmídiação, uma representação de mídia ou a combinação de ambas. Em qualquer dos casos, envolve algum tipo de transformação. No entanto, a seguir, discutirei principalmente a transmídiação à luz de um exemplo prático para tornar o aspecto rudimentar da pesquisa o mais claro possível: o romance *The luck of Barry Lyndon* (1884), de William M. Thackeray, transmidiado para o filme *Barry Lyndon* (1975), de Stanley Kubrick. Esse é um exemplo típico de adaptação ao qual vou me referir brevemente para iluminar alguns traços comuns da transmídiação.

Em relação a *Barry Lyndon*, como C, T, M1 e M2 devem ser compreendidos? M1 é a mídia fonte, o “primeiro lugar”, e M2 é a mídia destino, o “segundo lugar”. Quando pensamos em transferência de características de mídia da forma mais direta possível, M1 e M2 são dois produtos de mídia específicos, como no caso

de *Barry Lyndon* em que as características compostas centrais do romance são transmidiadas pelo filme. No entanto, a transmídiação também ocorre em casos em que M1 ou M2 são mídias ou submídias (gênero) qualificadas, e não um produto de mídia em particular, o que pode ser ilustrado pelo mesmo exemplo. Um dos traços do filme é uma narração em *voice-over*. Quando se vê *Barry Lyndon* como uma versão de um livro, essa *voice-over* é parte da transmídiação geral de *Memórias de Barry Lyndon*; porém, pode-se também dizer que esse recurso é simplesmente um traço romanesco do filme. De fato, há muitos filmes que utilizam o recurso *voice-over* e que não podem ser compreendidos como transmídiação de obras literárias específicas. Ainda assim, podem ser compreendidos dentro da fórmula “C é T de M1 a M2”, e a diferença é que M1 é um gênero de literatura escrita, um meio qualificado, e M2 representa produtos de mídia em particular. A fórmula pode, então, ser “C é T de MQ1 a MP2”, em que MQ significa mídia qualificada e MP representa produto de mídia.

Além disso, M1 e M2 podem ser mídias qualificadas ou gêneros (C é T de MQ1 a MQ2). Faz sentido falar de, digamos, “traços romanescos em filmes”, e, de fato, a transformação de *Memórias de Barry Lyndon* em *Barry Lyndon* pode ser entendida como uma instância particular de “traços romanescos em filmes”.

Como já explicamos, C representa as características midiáticas compostas e transmidiáticas, como forma, estrutura, ritmo, narração, tema, motivo e assim por diante. Obviamente, características que não são transmidiáticas não podem ser transmidiadas por outras mídias e nem *todos* os tipos de características transmidiáticas podem ser transmidiadas por *todas* as mídias. Em *Barry Lyndon*, podemos dizer que certa forma narrativa (a ascensão e a queda de um homem ambicioso), várias microestruturas verbais, diversos personagens, temas e motivos, e provavelmente muitas outras características, foram transmidiadas do romance.

No entanto, o livro a tela do cinema ou a da televisão são mídias técnicas completamente diferentes, então, a transmídiação envolve necessariamente várias mudanças modais: o áudio é adicionado, a sequencialidade convencional do romance é transformada na materialidade temporal do filme, o grau de

iconicidade da superfície visual aumenta dramaticamente e assim por diante. Ainda assim, aspectos formais e narrativos vitais sobrevivem à transmidiação da sequencialidade convencional para a temporalidade material: as microestruturas verbais são fáceis de transferir do visual para o áudio; muitas das qualidades dos personagens do livro podem também ser expressas no filme, já que a linguagem verbal e as imagens se sobrepõem em alto grau quando se trata do que podem representar, etc.

T, por fim, é a transferência. Em primeiro lugar, é claro, T inclui a transmidiação e a transformação da mídia, embora o foco neste momento esteja na transmidiação. Atento para os outros três aspectos de T.

O primeiro aspecto diz respeito à “espessura” da seta T, e inclui diferenças entre o que possa talvez ser chamado de transferências mais ou menos completas, transferências fortes e fracas, etc. Reciprocamente, podem-se perceber diferenças entre graus de transformação; uma transferência menos completa provavelmente inclui um grau mais alto de transformação.

Como vimos no exemplo de *Barry Lyndon*, uma transmidiação em particular pode envolver uma série de características midiáticas compostas. Quanto mais características ela envolver, mais perto a mídia destino está da mídia fonte. Se poucas características transmidiais estiverem envolvidas, pode-se questionar se devemos tratá-la como transmidiação. Como explicamos, características transmidiais são, via de regra, mais ou menos modificadas pelas mudanças modais envolvidas na transformação da mídia, o que certamente tem um efeito na força percebida da transferência.

O segundo aspecto se refere à “direção” da seta T. Na transferência direta padrão, a seta aponta de M₁ para M₂ (Figuras 1 e 2). É assim que a representação de mídia deve sempre ser entendida: um produto de mídia em particular (M₂) representa outro produto de mídia ou mídia qualificada (M₁). Não há dúvida sobre o que representa e o que está sendo representado. Nesse sentido, a transmidiação é mais complicada. Quando M₁ e M₂ são mídias qualificadas ou submídias (gêneros), não podemos dizer sempre que as características midiáticas compostas são definitivamente transferidas de um lugar para outro; a verdade pode ser

que elas circulam”, ou que vão para frente e para trás entre MQ1 e MQ2, como no desenvolvimento de formas e motivos na literatura moderna e nos filmes. A seta T, assim, às vezes aponta em várias direções.

O terceiro aspecto diz respeito à “extensão” da seta T. Transferências individuais também devem ser vistas como partes de redes complexas e abrangentes que envolvem muitos produtos de mídia específicos (MP3, MP4 e assim por diante). A seta T pode ser parte de uma cadeia de setas, talvez com links fortes e fracos ou braços mais espessos ou finos. Também pode haver uma série de mídias fonte que são transformadas em uma nova mídia destino. O número de variações transmidiais em potencial é provavelmente infinito. A Figura 3 ilustra um exemplo: duas mídias qualificadas são transmidia-
diadas em um produto de mídia, como quando uma peça publicitária utiliza traços de poesia concreta e quadrinhos, ou quando uma fotografia tem a aparência de uma pintura classicista e de uma cena de teatro.

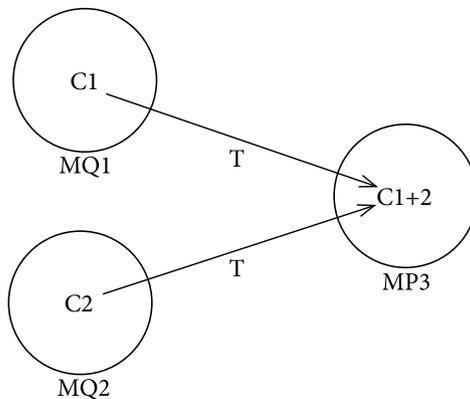


Figura 19. Um exemplo de transmidiação.

- MQ = mídia qualificada
- MP = produto de mídia
- C = características da mídia
- T = transferência

Após essa apresentação um tanto formalista das distinções, com diagramas e fórmulas que não têm a intenção de captar o fenômeno da transformação das mídias em infinitas e rigorosas subdivisões, mas, sim, de tornar possível uma análise metódica de uma área multifacetada que sem dúvida foge de classificações restritas, quero enfatizar que há necessariamente um forte elemento de subjetividade em todas as discussões sobre transformações das mídias. A hermenêutica não pode ser deixada de lado. Quando encontramos nas mídias traços de outras mídias, sejam produtos específicos de mídia sejam mídias qualificadas, às vezes faz sentido simplesmente dizer que algumas mídias deveriam ser tratadas como mídias fonte porque são reconhecíveis em outras, que então podem ser tratadas como mídias destino. Em último caso, análise teórica não é nada sem interpretação.

Referências

BARRY Lyndon. Direção de Stanley Kubrick. Produção de Jan Harlan, Stanley Kubrick e Bernard Williams. Reino Unido: Peregrine, Hawk Films, Warner Bros., 1975.

BERNHART, Walter. From Novel to Song via Myth: Wuthering Heights as a Case of Popular Intermedial Adaptation. In: URROWS, David Francis (Ed.). *Essays on Word/Music Adaptation and on Surveying the Field*. Amsterdam: Rodopi, 2008, p. 13-27.

BOLTER, Jay David. GRUSIN, Richard. *Remediation: Understanding New Media*. Cambridge, MA: MIT, 1999.

BRUHN, Siglind. *Musical Ekphrasis: Composers Responding to Poetry and Painting*. Hillsdale, NY: Pendragon, 2000.

CLÜVER, Claus. On Intersemiotic Transposition. *Poetics Today*, v. 10, 1989, p. 55-90.

_____. Ekphrasis Reconsidered: On Verbal Representations of Non-Verbal Texts. In: LAGERROTH, Ulla-Britta (Ed.); LUND, Hans (Ed.); HEDLING, Erik (Ed.). *Interart Poetics: Essays on the Interrelations of the Arts and Media*. Amsterdam: Rodopi, 1997, p. 19-33.

ELLESTRÖM, Lars. *Divine Madness: On Interpreting Literature, Music, and the Visual Arts Ironically*. Lewisburg, PA: Bucknell University Press, 2002.

_____. *Media Transformation: The Transfer of Media Characteristics Among Media*. Basingstoke: Palgrave Macmillan, 2014.

ELLIOTT, Kamilla. *Rethinking the Novel/Film Debate*. Cambridge: Cambridge University Press, 2003.

GROENSTEEN, Thierry. Le processus adaptatif (Tentative de recapitulation raisonnée). In: GAUDREAU, André (Ed.); GROENSTEEN, Thierry (Ed.). *La transécriture: Pour une théorie de l'adaptation*. Québec: Nota bene, 1998, p. 276-277.

HUTCHEON, Linda. *A Theory of Adaptation*. New York: Routledge, 2006.

PEIRCE, Charles Sanders. *Collected papers of Charles Sanders Peirce, Volume II*. Edição de Charles Hartshorne e Paul Weiss. Cambridge, MA e Londres: The Belknap Press of Harvard University Press, 1960.

RAJEWSKY, Irina O. *Intermedialität*. Tübingen: A. Francke, 2002.

RYAN, Marie-Laure. Introduction. In: RYAN, Marie-Laure (Ed.). *Narrative across Media: The Languages of Storytelling*. Lincoln: University of Nebraska, 2004. p. 1-40.

SAGER EIDT, Laura M. *Writing and Filming the Painting: Ekphrasis in Literature and Film*. Amsterdam: Rodopi, 2008.

SCHÖBER, Regina. Adaptation as Connection: Transmediality Reconsidered. In: BRUHN, Jørgen (Ed.); GJELSVIK, Anne (Ed.); HANSEN, Eirik Frisvold (Ed.). *Adaptation Studies: New Challenges, New Directions*. Londres: Bloomsbury, 2013, p. 89-112.

THACKERAY, William Makepeace. *The Luck of Barry Lyndon*. Edição de Martin J. Anisman. New York: New York University Press, 1970.

URROWS, David Francis (Ed.). *Essays on Word/Music Adaptation and on Surveying the Field*. Amsterdam: Rodopi, 2008.

WOLF, Werner. *The Musicalization of Fiction: A Study in the Theory and History of Intermediality*. Amsterdam: Rodopi, 1999.

_____. Intermediality Revisited: Reflections on Word and Music Relations in the Context of a General Typology of Intermediality. In: LODATO, Suzanne M. (Ed.); ASPDEN, Suzanne (Ed.); BERNHART, Walter (Ed.). *Essays in Honor of Steven Paul Scher and on Cultural Identity and the Musical Stage*. Amsterdam: Rodopi, 2002, p. 13-34.

WOLF, Werner (Ed.); BANTLEON, Katharina (Ed.); THOSS, Jeff (Ed.). *Metareference across Media: Theory and Case Studies*. Amsterdam: Rodopi, 2009.

WOLF, Werner (Ed.); BERNHART, Walter (Ed.). *Description in Literature and Other Media*. Amsterdam: Rodopi, 2007.

YACOBI, Tamar. Pictorial Models and Narrative Ekphrasis. *Poetics Today*, v. 16, 1995, p. 599-649.

OS PARADOXOS DA ARTE POSTAL: COMO CONSTRUIR UM TIPO DE MÍDIA DE ARTE¹

The Paradoxes of Mail Art: How to Build an Artistic Media Type

TRADUÇÃO DE ANA PAULA KLAUCK

UM TIPO DE MÍDIA EMERGE

A maioria das galerias de arte operam comercialmente; ou seja, precisam lucrar para sobreviver. Os artistas podem ser os produtores de boa arte, mas se seu trabalho é exibido em galerias, devem vender seus trabalhos e produzir capital econômico tanto para a galeria quanto para si mesmos. Ao mesmo tempo, as galerias ajudam os artistas a ganhar atenção e capital cultural. Tradicionalmente, o número de exposições individuais de um artista em galerias renomadas é uma forma de medir o sucesso do artista. Consequentemente, há um bom motivo para que os artistas tenham contatos úteis e mantenham uma reputação positiva dentro do mundo das galerias de arte.

As vantagens das galerias são claras; elas, porém, são parte de um grande mercado de arte e seu número não é ilimitado. Elas podem também ser exclusivas em termos de estética ou ideologia – os donos são livres para expor os trabalhos de seu gosto e interesses. Em resumo, há possibilidades limitadas para se expor em galerias de arte. Como

¹ Publicado em inglês em *Cultura* 9, 2012:2.

alternativa, nos anos 1960, um crescente número de artistas começou a utilizar os serviços postais para distribuir trabalhos de arte. Ao enviar arte para seus colegas artistas e para outras pessoas que pudessem lhe enviar de volta material novo (ou o mesmo material retrabalhado), ou para novos destinatários, redes internacionais foram criadas e cresceram com rapidez, tornando-se conhecidas como Arte Postal. Isso permitiu que artistas evitassem o mercado das galerias e ainda alcançassem um público iniciado e interessado de pessoas que já eram artistas ou que se tornaram artistas ao participar dessas redes.

As atividades da Arte Postal, de fato, começaram em pequena escala nos Estados Unidos nos anos 1950, mas logo se espalharam pelo mundo, incluindo países com regimes totalitários. Mais recentemente, a Arte Postal migrou para a internet. Em princípio, qualquer coisa que possa ser distribuída via correio pode ser considerada Arte Postal. Como milhares de artistas já estiveram ou ainda estão envolvidos nas atividades de Arte Postal, é impossível discernir uma ideologia sem ambiguidades e forças propulsoras bem definidas por trás do fenômeno. Ainda assim, a Arte Postal deve ser vista como uma alternativa ao sistema tradicional das galerias, que é limitado por certas premissas físicas e guiado por vigorosas forças econômicas, sensibilidade a tendências estéticas e controle de (subjéctiva) qualidade. Franziska Dittert vê a Arte Postal como parte da vanguarda (DITTERT, 2010), enquanto Michael Lumb argumenta que, ao ignorar as galerias, os artistas postais “criticam tanto a vanguarda quanto os tradicionalistas” (LUMB, 1997, p. 69-70).

Em resumo, o sistema das galerias foi substituído por redes internacionais, tornando inúteis aqueles que se ocupam em ditar as condições das exposições. Obras foram enviadas para todo o mundo, e a jornada da obra em si passou a fazer parte do Trabalho de Arte Postal (VIGO, 1984, p. 349). De certa forma, foi algo como uma revolução no mundo da arte. Pode-se dizer que a Arte Postal é simultaneamente mais coletiva e mais individual do que a arte distribuída em exposições convencionais. É mais coletiva porque é sempre distribuída em condições mais ou menos semelhantes dentro de uma comunidade; é mais individual porque é recebida e

experimentada em sua palpabilidade física por uma única pessoa em sua casa, como uma mensagem pessoal de outro ser humano.

No entanto, há ainda outro aspecto da Arte Postal. Assim que o conceito começou a se espalhar, exposições de Arte Postal foram organizadas. Assim, nos anos 70, a Arte Postal, que deveria ser aberta, tocada e observada em casa pela pessoa que a recebeu – a arte das redes postais, a arte antigaleria –, foi colocada em paredes de prédios públicos. É justo dizer que os visitantes de uma exposição de Arte Postal veem e experimentam algo bem diferente do que aquilo que ela inicialmente era ou talvez deveria ser. Ainda assim, exposições são uma parte central e aceita nesse tipo de atividade. Esse é um paradoxo fundamental da Arte Postal.

O objetivo deste artigo é lançar luz sobre este e outros quatro paradoxos do fenômeno da Arte Postal. Não é meu propósito criticar os praticantes, os idealizadores os defensores, ou seus críticos, tampouco aqueles que pesquisam sobre o assunto. Não pretendo afirmar que é estranho, indesejado ou incomum o fato de uma manifestação artística ser marcada por paradoxos. Meu objetivo é mais analítico do que normativo: quero elucidar como a Arte Postal cresceu e se definiu como gênero artístico; ou, em termos mais técnicos, como ela se qualifica como tipo de mídia específico. A fim de atingir tal objetivo, devemos atentar para o contexto da Arte Postal: o desenvolvimento histórico, o esforço em se tornar uma cultura em nível mundial e o conjunto de valores sociais que a enquadra. A Arte Postal deve também ser discutida dentro de uma moldura estética e comunicativa, marcada por mudanças tecnológicas. Enquanto ela é uma forma um tanto incomum de arte, considerando que aceita modos materiais, semióticos, sensoriais e espaço-temporais diversos, quero tornar plausível que os paradoxos da Arte Postal sejam representativos de como a maioria dos tipos de mídias, artísticas ou não, são interpretados e distinguidos. Cada tipo de mídia tem seus próprios paradoxos e ambiguidades, tanto na forma como se relaciona a outras mídias, como no entendimento de sua própria substância. Portanto, o

exame que apresento a seguir sobre a Arte Postal deve ser visto como um estudo de caso ilustrativo.

Há cinco paradoxos que acredito serem proeminentes no tipo de mídia artístico conhecido em geral como Arte Postal.

1. Redes – exposições. A Arte Postal é constituída por todo o processo (criação, envio e recebimento dos trabalhos), mas o produto final, o resultado, é também enfatizado em exposições, catálogos, revistas de Arte Postal e similares.
2. Correio tradicional – e-mail. A Arte Postal é caracterizada pela multiplicidade de traços materiais e sensoriais do correio tradicional, mas os limitados traços sensoriais e materiais do e-mail também são aceitos.
3. Estética multiforme – estética uniforme. A Arte Postal inclui todos os tipos de expressões estéticas, mas um certo tipo de vanguarda estética também é encorajado.
4. Democracia – timocracia. A Arte Postal é considerada uma arte democrática e inclusiva, que permite que todas as pessoas sejam ativas, mas, na realidade, as redes são, com frequência, guiadas por princípios que excluem muitos participantes em potencial.
5. Transnacionalidade sem limites – fronteiras nacionais. A Arte Postal é considerada uma forma de arte global, transnacional e sem limites transculturais; porém, as redes são dominadas pelo idioma inglês e, devido a fatores como repressão política e pobreza, são limitadas geográfica e socialmente.

Pode-se dizer que esses paradoxos criam a dinâmica da Arte Postal ou, em outras palavras, suas particulares inconsistências.

Uma mídia sem fronteiras?

Antes de investigar os paradoxos da Arte Postal, devo falar um pouco sobre suas características básicas como mídia. Enquanto a maioria das

mídias é vista como específica, em parte por seus básicos modos materiais, sensoriais, espaçotemporais e semióticos², a Arte Postal nunca foi limitada por esses traços. Isso a torna diferente da maioria dos outros tipos de mídias. Por exemplo, poucos aceitariam o rótulo “musical” em um produto de mídia que não pode ser ouvido e não se estende no tempo. Da mesma forma, ao descrevermos algo como um artigo de jornal, geralmente esperamos vê-lo em uma superfície plana, com extensão no espaço e que seja formado principalmente por signos linguísticos convencionais.

Ainda assim, tipos de mídia são também definidos por fronteiras estabelecidas pelo conjunto de hábitos e por convenções relativamente flexíveis. Por exemplo, se o comportamento dos músicos gera significado, não é absurdo dizer que a visão é uma experiência importante na música; nós geralmente aceitamos que música repleta de sinais convencionais (linguagem cantada) é certamente música. Da mesma forma, estamos acostumados a artigos de jornal que contenham elementos icônicos (imagens), mesmo que os signos linguísticos se definam como características básicas desse tipo de texto. Além disso, apesar do fato de que os artigos são geralmente não temporais (sua aparição material é estática, e o aspecto temporal somente é adicionado quando o artigo é decodificado), a maioria das pessoas provavelmente pensa que um artigo em teletexto, cujas páginas podem ser viradas automaticamente, ainda é um artigo. Ademais, os produtos de mídia são constantemente transmidiados, o que significa que o conteúdo da mídia é transferido para outros tipos de mídia, o que corrobora nossa leitura de tipos de mídia flexíveis. Estritamente falando, no entanto, é preciso notar que, quando um artigo é lido em voz alta, ele é, na verdade, transformado em algo parcialmente diferente, apesar do mesmo conteúdo linguístico ser grosseiramente transferido. Um leitor habilidoso pode até mesmo nos fazer perceber o artigo transmidiado como música.

² Ver, neste livro, “As modalidades das mídias”.

As características básicas de mídias como a música, artigos ou a maioria das mídias são flexíveis. As características midiáticas básicas da Arte Postal, porém, não são somente elásticas, mas, em princípio, são totalmente abrangentes, simplesmente porque há um entendimento social e cultural dentro de certos círculos de que tudo o que alguém considerar arte e que puder ser distribuído pelo sistema internacional de correio pode ser considerado Arte Postal. Por consequência, produtos de mídia que poderiam ser categorizados como arte visual, música e poesia ou suas formas mistas, assim como outros artefatos, são distribuídos como Arte Postal. Em teoria, pode-se enviar de avião uma orquestra sinfônica embalada de maneira adequada, e se referir a sua performance do outro lado do planeta como Arte Postal. No entanto, há geralmente uma expectativa de que a Arte Postal possa ser colocada em uma caixa de correspondência ou ao menos ser recebida por uma entrega do correio. Isso implica certas restrições práticas. É difícil enviar pelo correio uma performance teatral completa, mas é perfeitamente possível enviar registros transmidiáticos de um espetáculo na forma de fotografias, desenhos, gravações de DVD ou outros objetos materiais. Os limites físicos do que pode ser colocado em um envelope ou em um pacote são óbvios, mas se abrangermos versões transmidiadas de produtos de arte de grandes dimensões, as características básicas da Arte Postal não são nada restritivas. Na verdade, entretanto, a Arte Postal é primordialmente associada a vários tipos de arte que podem ser vistas visualmente e à poesia, cuja característica é a iconicidade visual.

Consequentemente, há uma boa razão para se definir a Arte Postal como um tipo de mídia artística que inclui outros tipos de mídia convencionalmente demarcados, e que ela, assim, faz da transgressão de limites sua norma; todos os tipos de materialidade e todos os tipos sensoriais são permitidos, a arte tanto espacial quanto temporal está incluída, e diferentes tipos de signos são igualmente bem-vindos. No entanto, isso não significa que a Arte Postal seja transgressora em todos os sentidos; ela claramente tem características distintivas, mesmo que tenham que ser procuradas em outro lugar. As características que definem a Arte Postal

são parte de seus traços e qualidades, bem como a forma como ela emerge e se define em um certo contexto histórico, social e cultural, e como é delimitada por certos moldes estéticos e comunicativos. Assim como Eric Vos afirma, é mais lucrativo “investigar a estrutura do processo que torna algo ‘uma obra de Arte Postal’” do que procurar por “propriedades manifestas das obras de Arte Postal” (1997, p. 329).

Agora, observarei mais de perto como a Arte Postal emerge e é estabelecida como uma prática cultural específica. Esse é um processo em duas partes: à medida que a Arte Postal se diferencia de outros tipos de mídia, ela é simultaneamente adaptada às condições da sociedade e de sua paisagem midiática.

Arte postal no mundo

Nenhum tipo de mídia surge completamente *ex nihilo*. A Arte Postal tem raízes no passado e, desde que existe correio, o sistema de correspondência tem sido usado para algum tipo de propósito artístico. A dissertação de Elizabeth Heuer (2008) sobre Surrealismo Francês de 1930 a 1950 é talvez o esforço mais ambicioso em ancorar a Arte Postal na história. Os surrealistas produziram muitos trabalhos em formato de cartões postais, por exemplo, e também se esforçaram em atuar fora da cena artística estabelecida. Pode-se questionar se eles realmente precederam a Arte Postal – considerando que não usavam o sistema postal sistematicamente, formavam um grupo exclusivo de artistas e que sua estética e sua ideologia política eram tudo menos abertas a expressões artísticas alternativas – mas parece haver algumas conexões.

A maioria dos teóricos concorda que a Arte Postal, em um sentido mais específico, originalmente surgiu em Nova York, iniciada pelo hábito peculiar do artista Ray Johnson de enviar cartas a amigos e celebridades convidando-os, por exemplo, a acrescentar algo às cartas e enviá-las de volta ou reenviá-las a outras pessoas. O exterior das cartas, assim como seu conteúdo, era composto artisticamente de alguma forma. Johnson

começou sua correspondência nos anos 1940, mas a maioria dos pesquisadores e críticos concorda que foi em 1950 que suas cartas ganharam toques originais. Foi o nascimento da Arte Postal. Thomas Cassidy afirma que “correspondência se tornou Arte Postal quando algumas pessoas decidiram que os potenciais comunicativos embutidos no sistema de correio eram parte de uma mídia de arte” (1984, p. 65). Essa afirmação deveria ser levemente ajustada: foi na época em que a “decisão” dessas poucas pessoas começou a ganhar reconhecimento, que a Arte Postal se qualificou como uma mídia artística por direito. A expressão “Arte Postal” parece ter sido usada a partir dos anos 60, e alguns teóricos afirmam que não há registro de seu uso antes de 1971, quando apareceu em uma brochura de Jean-Marc Poinot (DITTERT, 2010, p. 87). O fenômeno obviamente precedeu o termo, e a Arte Postal é ocasionalmente chamada de Arte por Correspondência. Ela alcançou seu ápice durante os anos 1970, 1980 e no início de 1990, quando se desenvolveu como um tipo de mídia artística alternativa no quadro de um movimento cultural mundial.

Foi a famosa New York Correspondence School, (frequentemente grafada Correspondance) que estabeleceu a atividade de livre troca postal entre artistas ou entre artistas e público (SAVA, 1999). O New York Correspondance School Show, organizada em 1970 por Johnson e Marcia Tucker no Whitney Museum of American Art de Nova York, é geralmente considerada a primeira importante exposição de Arte Postal. Todos os 106 participantes que expuseram seus trabalhos tinham seguido o pedido de Johnson de “enviar cartas, cartões postais, desenhos e objetos para Marcia Tucker, New York Correspondance School Exhibition” (SAVA, 1999, p. 122). A maioria das exposições desse tipo nos anos seguintes foram bem tradicionais e se concentraram em produtos da Arte Postal como objetos físicos e, algumas vezes, com foco individual em algum artista. Depois de 1972, as exposições se transformaram em registros de projetos de Arte Postal, e o número de exposições explodiu em várias partes do mundo (LUMB, 1997, p. 75).

Um projeto de Arte Postal é, de certa forma, diferente das trocas espontâneas de correspondência artística. Um projeto é desenvolvido para aproximar artistas em uma ação coletiva que deve ser documentada – geralmente em uma exposição e em algum tipo de catálogo. John Held Jr. afirma que uma rede internacional foi estabelecida em definitivo em 1976. Ao final dos anos 70, as atividades de exposição e a publicação eram tão extensas, que ultrapassavam a atividade individual e mais espontânea da Arte Postal em si (HELD, 2005, p. 101).

Geograficamente, a Arte Postal se espalhou por grande parte dos Estados Unidos e pela Europa no final dos anos 50 até o início dos anos 60, e também se estabeleceu no Canadá, na Austrália, na Nova Zelândia, no Japão e na América do Sul por volta dos anos 1970. Em meados dos anos 70, o movimento havia se espalhado por todos os continentes do globo (CRANE, 1984C). Até certo ponto, alcançou até mesmo países mais isolados tais como África do Sul, Gana, China, Taiwan e Cuba. Alguns artistas postais que fabricavam os então chamados *Artistamps*, até expandiram suas redes para países fictícios ao inventar novas línguas e nomes para nações inexistentes (LUMB, 1997, p. 59).

Logo de início, a Arte Postal mostrou ter grande potencial em países onde o livre fluxo de ideias e de expressão artística era tolhido pela censura. Ela ajudou artistas da Europa Oriental, que estavam por trás da Cortina de Ferro comunista, a estabelecer contato com colegas do Ocidente (DITERT, 2010). Isto era mais difícil para os artistas da União Soviética, onde a correspondência era censurada mais de perto. No entanto, a colaboração bem-sucedida de Ry Nikonova e Sergej Sigej com o artista Robin Crozier, da English Fluxus, começou na primeira metade dos anos 80, antes da Perestroika. Essa rede de colaboração atraiu muita atenção, uma vez que provou que a Arte Postal tinha uma habilidade notável de se estabelecer transnacionalmente a despeito da censura (RÖDER, 2006; GREVE, 2006).

À medida que a Arte Postal se globalizou, ela também se expandiu de uma distribuição analógica de correio para uma digital. Muitas, se não a maioria das atividades de Arte Postal, agora ocorrem via internet. E-mail

e sites são ferramentas efetivas para a comunicação entre artistas e para a documentação de projetos. A nova técnica parece ser feita sob medida para a Arte Postal, e os tipos diferentes de redes sociais que se tornaram possíveis pela internet foram parcialmente antecipados por artistas postais interativos dos anos 70 e 80. Seeta Peña Gangadharan afirma que isso demonstra que “a Arte pode prenunciar a mudança tecno-social, movendo-se em direção ao que a tecnologia, com o tempo, vai possibilitar” (GANGADHARAN, 2009, p. 284). Por consequência, a Arte Postal não pertence aos tipos de mídia que surgem depois da invenção das novas tecnologias (tais como a Vídeo-arte); ao invés disso, ela usa tecnologias antigas e experimentadas de um modo novo.

Seja a Arte Postal uma atividade profética ou não, trata-se de um fenômeno vital, que conecta milhares de praticantes em todo o globo. Ela é inclusiva em termos de geografia e em termos de propriedades básicas de mídia; virtualmente, qualquer coisa que puder ser enviada por correspondência é aceita como Arte Postal, se for parte de alguma das constantemente mutáveis redes que a reconhecem como uma mídia artística específica.

Os paradoxos da arte postal

O breve esboço das circunstâncias históricas, culturais e sociais da Arte Postal fornece uma imagem rudimentar de como o movimento tem sido delimitado e estabelecido como um tipo particular de mídia artística, e de como ela tem sido qualificada em relação às outras mídias com as quais se relaciona ou até mesmo incorpora. Enquanto esses fatores contextuais – desenvolvimento histórico, situação cultural e ideais políticos e sociais – são importantes para desenhar as fronteiras da Arte Postal, é importante também considerar o que chamo de aspectos de qualificação operacional; especificamente, quais são os critérios de comunicação e estética da mídia?³ A esse respeito, a Arte Postal é qualificada de modo nada ambíguo. O discurso normativo que a cerca afirma que ela é criada dentro de uma estrutura de comunicação na forma de

³ Ver, neste livro, “As modalidades das mídias”.

redes ilimitadas, que permitem que objetos de vários tipos sejam distribuídos e possivelmente modificados e trocados. Em termos de estética, no entanto, não há molduras para estabelecer limites. Se os critérios operacionais não são cumpridos, é provável que poucas pessoas aceitarão o fenômeno em questão como Arte Postal. Ainda assim, é da natureza das coisas que critérios comunicativos e estéticos de mídias qualificadas mudem com o tempo, e essas mudanças podem eventualmente causar deslocamentos tão amplos dentro do contexto histórico e cultural, que o tipo de mídia não é mais reconhecível como um dia foi (MÜLLER, 2008). Em última análise, o modo como os limites da Arte Postal podem ser esboçados é uma questão em aberto.

O fato de a Arte Postal ser repleta de paradoxos é perfeitamente normal. Todos os tipos de mídias qualificadas têm de algum modo fronteiras confusas com outros tipos de mídias, e, quanto mais ampla a perspectiva – histórica, geográfica e cultural – mais difícil é estabelecer limites claros. Isto é particularmente impressionante no caso da Arte Postal, já que seus modos básicos de mídia – material, sensorial, espaço-temporal e semiótico – são tão inclusivos. Por consequência, a discussão que se segue sobre os paradoxos da Arte Postal deve ser entendida como uma ilustração das condições gerais em que os tipos de mídia nascem e são delimitados, como eles mudam, e como, ainda assim, permanecem tipos específicos de mídia; em outras palavras, como eles são qualificados como mídias que diferem de outras mídias.

Paradoxo 1: redes – exposições

O primeiro paradoxo da Arte Postal é que ela com frequência é definida por todo o processo de criação, envio e recebimento de artefatos artísticos, ao mesmo tempo em que o produto final é destacado em exposições, catálogos, revistas e outros meios de captar (espacial e temporalmente) a arte que é criada para viajar e ser transformada. Este é um aspecto de como a Arte Postal é qualificada operacionalmente e, mais precisamente, como ela funciona comunicativamente. Por um lado, comumente se diz que a Arte Postal comunica de um modo mais genuíno do que outras formas de arte,

já que consiste de uma verdadeira troca de expressões entre indivíduos que estão em contato direto (não necessariamente de modo físico, mas por meio de troca pessoal de itens por correspondência). Por outro lado, há uma quase total aceitação de que essa troca comunicativa genuína seja reduzida à comunicação padrão unidirecional de exposições: a expressão do artista é fixada como um produto do qual qualquer um, em um público anônimo, pode participar, sem contribuir ativamente para a comunicação.

Na metade dos anos 80, o número acumulado de exposições e projetos de Arte Postal no mundo podia ser contado aos milhares (HELD, 1986). A Arte Postal foi exposta não somente em espaços e em todo o tipo de prédio comunitário, mas também em museus e galerias. Foi também exposta em inúmeros catálogos, revistas e periódicos (CRANE, 1984d, p. 314-333). Tudo isso, e em particular a conexão entre fóruns de exibição, certamente contrasta com o discurso que afirma que a resistência aos mecanismos repressivos das galerias é imperativa para a Arte Postal, embora as exposições sejam normalmente organizadas de modo diferente das tradicionais (este ponto é discutido mais adiante). O que deve ficar claro é o conflito entre a ênfase no processo e na exposição que resulta dele. Isso não parece incomodar a maioria dos artistas postais, embora alguns já tenham protestado a respeito:

uma peça de Arte Postal não é em si um “produto acabado”; a Arte Postal é uma troca impossível de representar em uma exposição, pois não há como ter a experiência da Arte Postal através de intermediários (LUMB, 1997, p. 85).

Paradoxo 2: “correio tradicional”– e-mail

O segundo paradoxo da Arte Postal é que dois sistemas de correspondência completamente diferentes são aceitos. Por um lado, essa forma de arte tem sido estabelecida por meio do sistema tradicional de correio, tendo seus traços inicialmente definidos por esse meio e pela plenitude de suas carac-

terísticas materiais e sensoriais. Por outro lado, as limitadas características materiais e sensoriais do e-mail são mais aceitas hoje em dia. O e-mail e a internet são grandes disseminadores e distribuidores, e certamente se pode argumentar que as novas tecnologias oferecem possibilidades que ampliam o território da Arte Postal. No entanto, a comunicação eletrônica ainda exclui o contato direto com produtos físicos de arte, que precisam ser experimentados através do toque, do cheiro, do gosto. Objetos tridimensionais tampouco podem ser vistos ou ouvidos da mesma maneira se são postados por e-mail em uma forma transmediada (como imagens bidimensionais). De qualquer modo, o e-mail e a internet oferecem uma troca rápida e eficiente de expressões artísticas dentro de molduras específicas.

Este paradoxo se relaciona ao modo como a Arte Postal é qualificada operacionalmente, e inclui aspectos comunicativos e estéticos: ambos os sistemas de correio podem realizar uma genuína comunicação de duas vias, mas de modos diferentes. No entanto, é primeiramente o e-mail que confina as possibilidades de expressão estética. A estética envolve todos os tipos de percepção sensorial, e a comunicação eletrônica é até agora apenas capaz de mediar alguns tipos de sentidos. Ainda assim, a comunicação via fax ou computador, introduzida nos anos 1980, foi rapidamente abraçada pela comunidade da Arte Postal, que, de acordo com Held, “era aficcionada não somente pela troca por correspondência, mas também pela estética e pela distribuição da comunicação” (2005, p. 93).

Enquanto as pessoas claramente discordam sobre a real essência da Arte Postal e em como sua estética deveria ser enquadrada, este tipo de mídia de arte tem amplamente migrado para a internet nas últimas duas ou três décadas. Artistas postais têm seus próprios websites e blogs, e são ativos nas mídias sociais, e o e-mail tem se tornado uma forma estabelecida de comunicação. Muitos projetos de Arte Postal são realizados online, seja parcialmente ou por completo, e são rotineiramente documentados na web ao invés de serem impressos. No entanto, tal desenvolvimento não quer dizer que a Arte Postal era inicialmente “não tecnológica”, como apontado por Gangadharan (2009). A antiga tecnologia é diferente, e

talvez menos sofisticada, mas é, ainda, tecnologia: formas analógicas e mecânicas são mais usadas do que formas digitais e eletrônicas, tanto nos meios de produção e armazenamento como nos meios de distribuição. Por exemplo, canetas, pincéis e máquinas de escrever produzem conteúdo de mídia; cores, tinta, papel, papelão e outros materiais armazenam o conteúdo e o tornam perceptível ao receptor, e a distribuição é feita a pé ou por outros meios como bicicletas, aviões e assim por diante.

No entanto, mesmo se afirmarmos que a Arte Postal é fundada na tecnologia, mediada pelo correio tradicional ou por e-mail, há uma tensão entre a capacidade do primeiro em mediar a plenitude sensorial das expressões e o registro sensorial limitado do segundo. Alguns acreditam que o e-mail simplesmente não é um meio alternativo aceitável ao correio tradicional, pois se perde a essência da Arte Postal. Lumb argumenta de maneira eloquente a favor desse ponto de vista mais conservador:

além disso, ao correio eletrônico falta o apelo físico do correio tradicional. Muito da estética é perdida e, de maneira mais óbvia, perdem-se as três qualidades dimensionais de peso, textura e sutilezas da aparência. O que mais se perde, no entanto, é a “presença” da manipulação do remetente, na forma de traços, cheiros, secreções e resíduos que poderiam ser vivenciados pelo destinatário. Novamente, isso é evidência, prova, uma assinatura, uma marca, como um animal que deixa seu cheiro (1997, p. 148).

Outros preferem delimitar a Arte Postal de modo menos restrito, e recebem bem a nova técnica, com seu relativo baixo custo e inquestionáveis rapidez e eficiência. Held, que não parece se incomodar com o registro sensorial limitado da comunicação eletrônica, tem chamado aqueles que se defendem da nova técnica de “Puristas da Arte Postal” (2005, p. 109). Held argumenta que a Arte Postal “tem sempre prosperado em um ambiente de frugalidade econômica, e a internet substituiu o serviço postal como sendo a forma mais barata de comunicação interpessoal” (2005, p. 109).

Paradoxo 3: estética multiforme – estética uniforme

O terceiro paradoxo também se refere ao modo como a Arte Postal se qualifica operacionalmente como uma mídia artística: através de critérios estéticos ou pela falta deles. Por um lado, considera-se que a Arte Postal inclui todos os tipos de expressão artística: desde que algo possa ser distribuído pelo correio, é potencialmente Arte Postal. Por outro lado, os mecanismos dessa arte são bem seletivos: um certo tipo de estética de vanguarda é privilegiado. A radical abertura estética é uma força ativa na formação do que tem sido entendido como Arte Postal, mas essa abertura é, às vezes, uma quimera; nem mesmo as formas de arte que lutam para se libertar das convenções estéticas parecem capazes de evitar totalmente se apegar a elas ou de criar novas molduras estéticas.

Quando a Arte Postal se expandiu, uma série de técnicas diferentes e características distintivas deste tipo específico de mídia qualificada rapidamente se desenvolveu. Envelopes ou pacotes foram e continuam sendo pelo menos tão essenciais quanto o conteúdo, e muito do que é Arte Postal consiste apenas em cartões postais. Via de regra, todos os detalhes desses artigos são importantes, incluindo a forma como o nome do remetente e o endereço são lançados. Tudo pode ser modificado até o ponto em que a obra de arte simplesmente perca o sentido. Muito do que é Arte Postal é autorreflexivo; as palavras “Arte Postal” são, às vezes, escritas ou impressas no item a ser enviado, e detalhes visuais que modificam os elementos funcionais dos itens postais convencionais são, com frequência, incluídos. Selos de borracha são usados como assinaturas pessoais ou para articular mensagens resumidas (FRIEDMAN; GUGELBERGER, 1984). Decalques de vários tipos (chamados de *artistamps*) são populares (FRANK, 1981/1984). Selos de borracha e selos de artista têm molduras estéticas bastante restritas, pois, caso contrário, as referências ao sistema postal seriam perdidas.

Assim como outros meios de arte inovadores, a Arte Postal pode ser parcialmente descrita por termos estéticos e de como se relaciona a outros movimentos artísticos (CRANE, 1984b). Pesquisadores são inclinados a

compará-la ao Futurismo e à Pop Art, mas a maioria das referências é ao Dadaísmo (CRANE, 1984a, p. 36). Obviamente, não há linhas divisórias nítidas entre a Arte Postal e outras formas de arte. Desde o início dessa mídia artística, muitos artistas postais também eram ativos em outras manifestações, e outros ideais estéticos contemporâneos eram inevitavelmente disseminados na Arte Postal.

Apesar do desejo de se manter a Arte Postal esteticamente aberta, algumas tendências estéticas podem ser claramente diferenciadas – mesmo que heterogêneas. Também se pode dizer que se tornou uma norma relacionar tais tendências àquelas formas de arte que são reconhecidas como subversivas: “As obras raramente incluem abordagens estritamente poéticas ou artísticas, mas, sim, uma gama de abordagens que caracterizamos como poesia visual, poesia concreta, arte conceitual, arte corporal, arte ação, instalação, colagem, fotografia e música” (GREVE, 2006, p. 460). Características estilísticas desses diferentes tipos de mídias de arte com frequência ganharam matizes específicos através do uso de fotocopiadoras; isso acrescentou um toque não sofisticado às obras, ao menos nos anos 70 e 80.

Apesar das intenções declaradas de desenvolver uma forma de arte sem restrições e normas estéticas, fica claro que a Arte Postal desenvolveu algumas características de estilo que distinguem suas obras de outros produtos de arte. Charlotte Greve argumenta que é importante para os artistas postais estabelecer “sinais de identidade” que claramente se relacionem às formas de expressão histórica e contemporânea – e a outros membros da rede de Arte Postal: “um artista participante deve ser capaz de citar e repetir assinaturas reconhecíveis” (2006, p. 460). Esse é um pré-requisito para a comunicação bem-sucedida entre os artistas, afirma ela. Eu concordo, e acrescentaria somente que essas assinaturas inevitavelmente ganham funções estéticas.

De acordo com Greve, tais mecanismos explicam porque Ry Nokonova e Sergej Sigej tiveram sucesso como artistas postais, enquanto outros artistas soviéticos não: Nikonova e Sigej simplesmente seguiram as regras estéticas (GREVE, 2006). Em um tempo em que a arte soviética era dominada pela

ideologia, esses dois artistas usaram a linguagem artística modernista desenvolvida pela vanguarda russa mais de meio século antes (RÖDER, 2006).

Essa situação pode ser explicada porque uma estética radicalmente aberta e permissiva simplesmente não é fomentada por todos os artistas postais; muitos parecem acreditar que é necessário abraçar algum tipo de hierarquia de valor. Anna Banana cita a explicação de seu colega, o artista Gary Lee Nova, sobre por que ele eventualmente decidiu delimitar suas atividades de Arte Postal: “Eu recebia muito lixo e joguei quase tudo fora... uma bosta, em termos visuais. Era tudo tão superficial e ruim que eu não conseguia levar a sério” (BANANA, 1984, p. 250). Talvez seja inevitável que todas as formas de arte, como tipos de mídia em geral, trabalhem em um movimento centrípeto, o que significa que gravitam em direção a algum núcleo estético que atrai vários tipos de valores – sejam relacionados a trabalhos malfeitos (e que talvez não se queira associar à Arte Postal, por exemplo), ou a estéticas exclusivas (que podem resultar em um apego a condições específicas de produção e distribuição que caracterizam a Arte Postal). O objetivo da singularização é, claramente, estabelecer uma diferença, e pode ser impossível singularizar algo que deve incluir tudo, mesmo porque a comunicação no sistema postal é postulada como uma condição não negociável para a Arte Postal. Em qualquer nível, a Arte Postal não pode escapar completamente dos mecanismos de exclusão, sejam baseados em ideais estéticos de estilo ou em valores de qualidade estética. A Arte Postal é inclusiva e excludente; ela é construída a partir de uma estética uniforme e também multiforme.

Paradoxo 4 – democracia – timocracia

O quarto paradoxo da Arte Postal se refere a como essa mídia em particular se qualifica contextualmente. Por consequência, não é primordialmente uma questão de traços comunicativos ou estéticos, mas de como ela surgiu e foi delimitada e compreendida em contextos históricos, sociais e culturais. O que desejo enfatizar aqui é a tensão entre o ideal fortemente articulado de que a Arte Postal deve ser uma forma de arte inclusiva, que convida todas

as pessoas a participarem, e o fato de que, na verdade, as redes de Arte Postal são com frequência governadas por um princípio excludente que gera certas hierarquias. De início, o ideal inclusivo implica que todas as pessoas deveriam poder ser artistas e que as fronteiras entre o produtor ativo e o consumidor passivo deveriam ser removidas; dito isso, muitos artistas parecem ser mais inclinados a trocar produtos de arte somente com artistas experientes. Consigo concluir que a estética é um fator importante nesses “mecanismos de inclusão e exclusão” (GREVE, 2006, p. 446), que são, em última análise, apenas manifestações de relações de poder – não econômico ou político, mas baseadas na competência artística e na habilidade social.

Ainda assim, a ideia de que a Arte Postal deve ser uma forma de arte inclusiva, que minimiza hierarquias e escapa à concentração de poder no setor cultural é fundamental para ela como mídia artística específica. Junto com o critério operativo de que a Arte Postal deve comunicar com a ajuda do sistema de correio, o critério social de que ela deveria promover algum tipo de igualitarismo tem provavelmente contribuído muito para qualificá-la como um tipo específico de mídia. Em 1971, Poinot afirmou que:

o poder está nas mãos daqueles que possuem sistemas de troca e de comunicação. É, em parte, por essa razão que, ao rejeitar o papel intermediário das galerias e dos museus, alguns artistas decidem disseminar seu trabalho e informações importantes por conta própria (1971/1984, p. 54).

Poinot, o organizador de uma das primeiras exposições de Arte Postal, é contrário à questão do controle, mais do que à questão da exposição em si. Tornou-se totalmente possível juntar a ideia da igualdade às práticas de exposição de trabalhos de arte. Regras escritas e não escritas para projetos de Arte Postal – com frequência, exposições organizadas – foram desenvolvidas no início dos anos 70, quando tais atividades se disseminaram rapidamente. Geralmente, tais regras diziam que não deveria haver avaliadores, que as contribuições não deveriam ser censuradas e que todos os trabalhos deveriam ser

expostos, que a entrada deveria ser grátis, e que todos os trabalhos ficariam com os organizadores, enquanto os participantes receberiam catálogos. Uma exposição de Arte Postal em Omaha, organizada por Ken Friedman em 1973, foi importante para estabelecer essas normas. Outro aspecto dessa exposição que deu peso ao princípio de inclusão foi que o convite para participação não foi enviado apenas a redes estabelecidas de Arte Postal, mas divulgado para o público em geral (LUMB, 1997, p. 76-77).

Dessa forma, não é sem motivo que o artista postal Klaus Groh afirma que “produções de Arte Postal ou a criação via postal é mais aberta e mais democrática do que todas as outras produções artísticas que havia antes” (1984, p. 75). Michael Crane, um prolífico pesquisador da Arte Postal, declara que essa forma de arte é dominada por três ideais políticos: “democratização, busca constante por sistemas alternativos e rejeição da economia capitalista” (1984a, p. 12). Considerando a ideia de que todos deveriam poder participar e, por consequência, influenciar é uma parte básica da Arte Postal, é justificado dizer que o sistema ético sobre o qual ela é fundamentada se assemelha de maneira muito próxima à democracia. Como já observei, no entanto, há também tendências hierárquicas e excludentes dentro da moldura social e cultural de produção e recepção que constituem a Arte Postal. Esse sistema mais velado pode ser chamado de “timocracia” (se pegarmos emprestado um outro termo também político). De acordo com a definição de Platão, timocracia é uma sociedade governada por pessoas de respeito, enquanto Aristóteles usava o termo para se referir a uma sociedade governada por pessoas ricas. Em relação à Arte Postal, podemos sugerir que a timocracia significa que, em uma oposição paradoxal ao princípio da democracia, ela é amplamente governada por pessoas com capital cultural ou influência social.

Este paradoxo não é muito surpreendente, considerando que todos os grupos, independentemente de como estão delimitados, consistem de indivíduos, e considerando que parece absurdo que todo indivíduo deva ter o mesmo interesse em colaborar igualmente com todos os outros indivíduos em todos os grupos possíveis. De um ponto de vista histórico, o

princípio de exclusão é anterior ao princípio radical da inclusão. No tempo em que a Arte Postal estava se estabelecendo como a mais democrática das formas de arte, o artista Richard Craven apontou que o fundador do movimento, Ray Johnson, não tinha uma perspectiva muito democrática em relação à participação em sua Escola de Correspondência de Nova York (New York Correspondence School): “a escola não é aberta a todos os interessados. Para se obter uma ‘filiação oficial’, é necessário algum tipo de reconhecimento de Ray Johnson” (1973/1984, p. 118).

Pode-se afirmar que, mesmo se houver alguns convites completamente abertos para projetos de Arte Postal, como os anúncios abertos de Friedman na imprensa para a exposição de Omaha em 1973, é certamente comum que as informações sobre novos projetos atinjam apenas redes limitadas e que os artistas que enviam seus trabalhos de arte simplesmente não recebam *feedback* ou tampouco entrem nas redes das quais queiram fazer parte. Falando de modo mais direto, muitos artistas acreditam que é um desperdício de tempo e de energia participar de grandes redes de contato e preferem delimitar sua correspondência a pequenos grupos de artistas (BANANA, 1984, p. 250); ser um grupo pequeno significa, de alguma forma, ser exclusivo.

Paradoxo 5: fronteiras transnacionais ilimitadas x fronteiras nacionais

O quinto paradoxo também se refere a como a Arte Postal se qualifica contextualmente. Assim como outros tipos de mídia, a Arte Postal tem sua história, que inclui a disseminação através de fronteiras sociais, culturais, políticas e geográficas. O que torna a Arte Postal especial é que a disseminação não é apenas um apêndice para sua história, mas uma parte essencial do que ela é. Sem essa qualificação contextual, os critérios da Arte Postal, como reconhecidos por artistas e em importantes esferas culturais, não são atendidos. A Arte Postal que não atravessa fronteiras simplesmente não é Arte Postal. Esse princípio pode ser visto como uma extensão do princípio democrático. O paradoxo é que, enquanto a Arte Postal é, de modo geral, entendida

como uma forma de arte global, transnacional, transcultural e ilimitada, na verdade é dominada por algumas poucas línguas (principalmente, o inglês) e suas redes são severamente restritas por fronteiras sociais e geográficas. Assim como Greve enfatiza, “em nível prático, a participação de um artista na rede é determinada por questões como economia, sistema postal, acesso a meios de reprodução, política (censura e restrições das possibilidades de viagem, acesso restrito à informação e à história da arte)” (2006, p. 459). A disseminação da Arte Postal provavelmente é também limitada pela falta de interesse devido a diferenças culturais.

Ainda assim, a Arte Postal tem indubitavelmente alcançado muitas partes do mundo. Ela é amplamente disseminada na América do Norte e na América do Sul, na Europa, na Austrália, no Japão e na Rússia, e tem aparecido esporadicamente em muitos outros países. No entanto, há limitações políticas e econômicas difíceis de serem transpostas. A pobreza que atinge grandes áreas da África tem impedido a ampla disseminação da Arte Postal naquele continente. Até onde posso afirmar, não há pesquisas sobre a presença fraca de Arte Postal na maior parte da Ásia, mas é razoável afirmar que a política, a economia e a falta de infraestrutura sejam fatores determinantes para isso. Por outro lado, alguns exemplos mostram que a Arte Postal teve êxito em derrubar fortes barreiras e ganhar impacto político. Mencionei anteriormente a colaboração entre artistas ocidentais e Ry Nokonova e Serjej Sigej na União Soviética e tantos outros artistas por trás da Cortina de Ferro, e devo acrescentar que tem havido muitas atividades de Arte Postal nas nações sul-americanas afligidas pela ditadura. Artistas postais sul-americanos foram atormentados pelas políticas de censura, o que resultou em exposições confiscadas, artistas condenados à prisão e “desaparecimentos” (VIGO, 1984; COOK, 1984).

Fronteiras nacionais somente em parte coincidem com as barreiras linguísticas, políticas, econômicas, sociais e culturais, então, aqui a discussão sobre fronteiras transnacionais ilimitadas *versus* fronteiras nacionais limitadas deve ser entendida apenas como fonte de alguns exemplos básicos. Um exemplo final de uma barreira quase intransponível é a economia limitada.

Obviamente, é impossível realizar o ideal de fronteiras transnacionais ilimitadas da Arte Postal sem primeiro realizar ideais artísticos e políticos de democracia. Democracia nacional não basta; são necessárias democracia e igualdade bem mais transnacionais e radicais para que todas as pessoas possam ter dinheiro para comprar selos para sua correspondência. As novas tecnologias são, com frequência, mencionadas como um meio de democratizar a Arte Postal (é barato mandar e-mails com anexos), mas o que se esquece é que computadores e conexões de internet raramente são gratuitos; a Arte Postal via internet pode excluir uma maioria da população mundial que não tem acesso ao computador, em um nível maior do que o correio tradicional. Além disso, a Arte Postal não está longe de ser uma forma de arte transnacional. Apesar disso, ela já foi bem longe.

Conclusão

Este texto procurou trazer à luz alguns dos paradoxos da Arte Postal, a fim de entender como ela surgiu e se definiu como mídia artística. Também pretendi sugerir que os paradoxos da Arte Postal não são excepcionais, mas, na verdade, representativos de como a maioria dos tipos de mídias é qualificada: sejam elas vistas como artísticas ou não. Por séculos, muitos trabalhos em Ciências Humanas têm-se dedicado, mais ou menos em vão, a estabelecer os limites entre os tipos de mídias da arte. Desconheço a existência de trabalhos sobre taxionomias das artes ou das mídias que sejam construídos a partir da ideia de que os tipos de mídias são definidos de maneira não ambígua e claramente demarcados. A combinação específica de critérios e paradoxos que se discutiu neste artigo é única à Arte Postal, é claro, mas não posso afirmar que outros tipos de mídia não estejam repletos de paradoxos similares. Em outro artigo, tentei demonstrar a complexidade da noção de fotografia tão carregada de paradoxos – um tipo de mídia que se qualifica tanto como arte como documento (ELLESTRÖM, 2013). Comparar explicitamente os paradoxos da Arte Postal com as definições de outras mídias ultrapassa o escopo

do presente artigo. Em vez disso, a ideia proposta de que todos os tipos de mídias qualificadas são marcados por paradoxos intrínsecos deve ser considerada como uma hipótese apenas parcialmente substanciada. No entanto, penso que demonstrei com clareza que a noção de Arte Postal é repleta de tensões internas.

Referências

- BANANA, Anna. Mail Art Canada. In: CRANE, Michael (Ed.); STOFFLET, Mary (Ed.). *Correspondence Art: Source Book for the Network of International Postal Art Activity*. San Francisco: Contemporary Arts Press, 1984, p. 233-263.
- CASSIDY, Thomas. Mail Art. In: CRANE, Michael (Ed.); STOFFLET, Mary (Ed.). *Correspondence Art: Source Book for the Network of International Postal Art Activity*. San Francisco: Contemporary Arts Press, 1984, p. 65-67.
- COOK, Geoffrey. The Padin/Caraballo Project. In: CRANE, Michael (Ed.); STOFFLET, Mary (Ed.). *Correspondence Art: Source Book for the Network of International Postal Art Activity*. San Francisco: Contemporary Arts Press, 1984, p. 369-373.
- CRANE, Michael. A Definition of Correspondence Art. In: CRANE, Michael (Ed.); STOFFLET, Mary (Ed.). *Correspondence Art: Source Book for the Network of International Postal Art Activity*. San Francisco: Contemporary Arts Press, 1984a, p. 3-37.
- _____. The Origins of Correspondence Art. In: CRANE, Michael (Ed.); STOFFLET, Mary (Ed.). *Correspondence Art: Source Book for the Network of International Postal Art Activity*. San Francisco: Contemporary Arts Press, 1984b, p. 83-116.
- _____. The Spread of Correspondence Art. In: CRANE, Michael (Ed.); STOFFLET, Mary (Ed.). *Correspondence Art: Source Book for the Network of International Postal Art Activity*. San Francisco: Contemporary Arts Press, 1984c, p. 133-197.
- _____. Exhibitions and Publications. In: CRANE, Michael (Ed.); STOFFLET, Mary (Ed.). *Correspondence Art: Source Book for the Network of International Postal Art Activity*. San Francisco: Contemporary Arts Press, 1984d, p. 301-347.
- CRAVEN, Richard. The New York Correspondence School: Alternatives in the Making. In: CRANE, Michael (Ed.); STOFFLET, Mary (Ed.). *Correspondence Art:*

Source Book for the Network of International Postal Art Activity. San Francisco: Contemporary Arts Press, 1984, p. 117-121.

DITERT, Franziska. *Mail Art in der DDR: Eine intermediale Subkultur im Kontext der Avantgarde*. Berlin: Logos, 2010.

ELLESTRÖM, Lars. Photography and Intermediality: Analytical Perspectives on Notions Referred to by the Term "Photography". *Semiotica*, v. 197, 2013, p. 153-169.

FRANK, Peter. Postal Modernism: Artists' Stamps and Stamp Images. In: CRANE, Michael (Ed.); STOFFLET, Mary (Ed.). *Correspondence Art: Source Book for the Network of International Postal Art Activity*. San Francisco: Contemporary Arts Press, 1984, p. 425-449.

FRIEDMAN, Ken; GUGELBERGER, Georg M. The Stamp and Stamp Art. In: CRANE, Michael (Ed.); STOFFLET, Mary (Ed.). *Correspondence Art: Source Book for the Network of International Postal Art Activity*. San Francisco: Contemporary Arts Press, 1984, p. 397-419.

GANGADHARAN, Seeta Peña. Mail Art: Networking without Technology. *New Media & Society*, v. 11, n. 1-2, 2009, p. 279-298.

GREVE, Charlotte. Zaumland: Serge Segay and Rea Nikonova in the International Mail Art Network. *Russian Literature*, v. 59, n. 2-4, 2006, p. 445-467.

GROH, Klaus. Mail Art and the New Dada. In: CRANE, Michael (Ed.); STOFFLET, Mary (Ed.). *Correspondence Art: Source Book for the Network of International Postal Art Activity*. San Francisco: Contemporary Arts Press, 1984, p. 75.

HELD, John Jr. *International Artist Cooperation: Mail Art Shows 1970-1985*. Dallas: Public Library, 1986.

_____. The Mail Art Exhibition: Personal Worlds to Cultural Strategies. In: CHANDLER, Annmarie (Ed.); NEUMARK, Norie (Ed.). *At a Distance: Precursors to Art and Activism on the Internet*. Cambridge, MA: MIT Press, 2005, p. 88-114.

HEUER, Elizabeth B. *Going Postal: Surrealism and the Discourses of Mail Art*. Tese PhD. Florida State University, Department of Art History, 2008. Disponível em <<http://etd.lib.fsu.edu/theses/available>>. Acesso em 1 ago. 2012.

LUMB, Michael. *Mailart 1955 to 1995: Democratic Art as Social Sculpture*. Tese MPhil. University of East Anglia, School of World Art Studies and Museology, 1997. Disponível em <<http://tampublications.blogspot.se>>. Acesso em 1 ago. 2012.

MÜLLER, Jürgen E. Perspectives for an Intermedia History of the Social Functions of Television. In: MÜLLER, Jürgen E. (Ed.). *Media Encounters and Media Theories*. Münster: Nodus Publikationen, 2008, p. 201-15.

POINSOT, Jean-Marc. Utilizations of Postal Institutions and Long-Distance Communication. In: CRANE, Michael (Ed.); STOFFLET, Mary (Ed.). *Correspondence Art: Source Book for the Network of International Postal Art Activity*. San Francisco: Contemporary Arts Press, 1984, p. 53-63.

RÖDER, Kornelia. Internationale Kooperationen von Rea Nikonova und Serge Segay mit Robin Crozier. *Russian Literature*, v. 59, n. 2-4, 2006, p. 429-444.

SAVA, Sharla. Ray Johnson's New York Correspondence School: The Fine Art of Communication. In: DE SALVO, Donna (Ed.); GUDIS, Catherine (Ed.). *Ray Johnson: Correspondences*. Paris: Flammarion, 1999, p. 121-131.

VIGO, Edgardo-Antonio. The State of Mail Art in South America. In: CRANE, Michael (Ed.); STOFFLET, Mary (Ed.). *Correspondence Art: Source Book for the Network of International Postal Art Activity*. San Francisco: Contemporary Arts Press, 1984, p. 349-367.

VOS, Eric. The Eternal Network: Mail Art, Intermedia Semiotics, Interarts Studies. In: LAGERROTH, Ulla-Britta (Ed.); LUND, Hans (Ed.); HEDLING, Erik (Ed.). *Interart Poetics: Essays on the Interrelations of the Arts and Media*. Amsterdam: Rodopi, 1997, p. 325-336.

Série NUPECC

| TÍTULO | AUTORES/ORGANIZADORES | N.º SÉRIE | ANO |
|---|--|-----------|------|
| DOIS PIONEIROS DA COMUNICAÇÃO NO RIO GRANDE DO SUL: OSWALDO GOIDANICH, ROBERTO EDUARDO | ANTONIO HOHLFELDT E RAFAEL ROSINATO VALLES | 1 | 2008 |
| CONCEITO E HISTÓRIA DO JORNALISMO BRASILEIRO NA "REVISTA DE COMUNICAÇÃO | ANTONIO HOHLFELDT E RAFAEL ROSINATO VALLES | 2 | 2008 |
| REDES SOCIAIS MÓVEIS | SANDRA HENRIQUES | 3 | 2013 |
| 1º ENCONTRO DE UBIQUIDADE TECNOLÓGICA | SANDRA MARA GARCIA HENRIQUES E JANDRÊ CORREA BATISTA | 5 | 2013 |
| COMUNICAÇÃO E SOCIEDADE TECNOLÓGICA | SANDRA MARA GARCIA HENRIQUES E LÚCIA LONER COUTINHO | 6 | 2014 |
| JORNALISMO E MÍDIAS MÓVEIS NO CONTEXTO DA CONVERGÊNCIA | EDUARDO CAMPOS PELLANDA E SUZANA BARBOSA | 4 | 2013 |
| O POÉTICO DAS MÍDIAS | MIRIAM CRISTINA CARLOS SILVA | 7 | 2015 |
| A CONSTRUÇÃO DO ACONTECIMENTO HISTÓRICO: O DISCURSO DO JORNAL O ESTADO DE SÃO PAULO SOBRE A GUERRA DE CANUDOS E SOBRE AS COMEMORAÇÕES DO SEU CENTENÁRIO | LIDIANE SANTOS DE LIMA PINHEIRO | 8 | 2015 |
| OS SENTIDOS DE NAÇÃO, LIBERDADE E INDEPENDÊNCIA NA IMPRENSA BRASILEIRA (1821-1822) E A FUNDAÇÃO DO DISCURSO JORNALÍSTICO BRASILEIRO | GIOVANNA GERTREDES BENEDETTO FLORES | 9 | 2015 |
| DE QUAL COMUNICAÇÃO [ORGANIZACIONAL] ESTAMOS FALANDO? | CLEUSA MARIA ANDRADE SCROFERNEKER | 10 | 2015 |
| TEORIAS DA COMUNICAÇÃO: LEITURAS & APLICAÇÕES | ANTONIO CARLOS HOHLFELDT E FRANCISCO GONÇALVES DA CONCEIÇÃO | 11 | 2015 |
| 2º ENCONTRO DE UBIQUIDADE TECNOLÓGICA UMA PERSPECTIVA TRANSDISCIPLINAR | SANDRA MARA GARCIA HENRIQUES, ERIKA OIKAWA, LIANA GROSS FURINI, ALINE FEIJÓ BIANCHINI, JANDRÊ CORRÊA BATISTA | 12 | 2015 |
| HIPERLEITURA E ESCRILEITURA - CONVERGÊNCIA DIGITAL, HARRY POTTER, CULTURA DE FÃ | ANTONIO CARLOS HOHLFELDT E ANA CLÁUDIA MUNARI DOMINGOS | 13 | 2015 |
| O QUE É UBIQUIDADE, AFINAL?: III ENCONTRO DE UBIQUIDADE TECNOLÓGICA | ERIKA OIKAWA, LIANA GROSS FURINI, SANDRA MARA GARCIA HENRIQUES | 14 | 2016 |
| COMUNICAÇÃO E IMAGINÁRIO | ANTONIO HOHLFELDT, JULIANA TONIN, LARISSA AZUBEL | 15 | 2016 |
| IMAGINÁRIO, SOCIEDADE E CULTURA - DIÁLOGOS TRANSVERSAIS EM COMUNICAÇÃO | KARINE DOS SANTOS RUY E LÍRIAN SIFUENTES | 16 | 2016 |
| CINESOFIA - ESTUDOS SOBRE AUDIOVISUAL (2015-2017) | RAFAEL VALLES E MÁRCIO ZANETTI NEGRINI | 17 | 2017 |
| COMUNICAÇÃO E ORGANIZAÇÕES GRUPO DE ESTUDOS DE COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL - GEOR (PPGCOM/PUCRS) | RENATA ANDREONI, LUCIANA BUKSZTEJN GOMES, MARCELO DE BARROS TAVARES | 18 | 2017 |

FORMATO 14 x 21 cm

TIPOGRAFIA Gandhi Sans

PAPEL Offset

NÚMERO DE PÁGINAS 276

IMPRESSÃO E ACABAMENTO Gráfica Epecê

ANO 2017

