

SÉRIE

26

NUPECC

LARS ELLESTRÖM

AS MODALIDADES DAS MÍDIAS II:

UM MODELO EXPANDIDO PARA
COMPREENDER AS RELAÇÕES
INTERMIDIAIS

LARS ELLESTRÖM

**AS MODALIDADES DAS MÍDIAS II:
UM MODELO EXPANDIDO PARA
COMPREENDER AS RELAÇÕES INTERMIDIAIS**

PUCRS

CONSELHO EDITORIAL DA SÉRIE NUPECC

(Editor) Antonio Carlos Hohlfeldt, Bruno Hochegger, Christa Berger, José Marques de Melo, Marialva Barbosa, Nélia Del Bianco, Rosa Maria Dalla Costa, Maria das Graças Pinto Coelho, Rudimar Baldissera, Paulo Vaz, Maria Immacolatta Vasalo Lopes, Luciana Mielniczuk, Federico Casalegno, Moisés Martins, Margarita Ledo, Michel Maffesolli, Philippe Joron.

CONSELHO EDITORIAL EDIPUCRS

Chanceler Dom Jaime Spengler

Reitor Evilázio Teixeira | **Vice-Reitor** Manuir José Mentges

Carlos Eduardo Lobo e Silva (Presidente), Luciano Aronne de Abreu (Editor-Chefe), Adelar Fochezatto, Antonio Carlos Hohlfeldt, Cláudia Musa Fay, Gleny T. Duro Guimarães, Helder Gordim da Silveira, Lívia Haygert Pithan, Lucia Maria Martins Giraffa, Maria Eunice Moreira, Maria Martha Campos, Norman Roland Madarasz, Walter F. de Azevedo Jr.

Conforme a Política Editorial vigente, todos os livros publicados pela editora da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (EDIPUCRS) passam por avaliação de pares e aprovação do Conselho Editorial.

*Beatriz Alves Cerveira, Júlia de Oliveira Rodrigues e
Juliana de Oliveira Schaidhauer
Tradução*

LARS ELLESTRÖM

**AS MODALIDADES DAS MÍDIAS II:
UM MODELO EXPANDIDO PARA
COMPREENDER AS RELAÇÕES
INTERMIDIAIS**

COORDENAÇÃO E REVISÃO DA TRADUÇÃO: ELAINE BARROS INDRUSIAK

REVISÃO TÉCNICA: ANA CLÁUDIA MUNARI DOMINGOS E

CAMILA AUGUSTA PIRES DE FIGUEIREDO

Série Nupecc | 26



PORTO ALEGRE

2021

© EDIPUCRS 2021

CAPA Thiara Speth

DIAGRAMAÇÃO Camila Borges

COORDENAÇÃO E REVISÃO DA TRADUÇÃO Elaine Barros Indrusiak

REVISÃO TÉCNICA DA TRADUÇÃO Camila Augusta Pires de Figueiredo e Ana Cláudia Munari

GLOSSÁRIO Ana Cláudia Munari Domingos, Camila Augusta Pires de Figueiredo, Elaine Barros Indrusiak e Jaimeson Machado

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

E45m Elleström, Lars

As modalidades das mídias II [recurso eletrônico] : um modelo expandido para compreender as relações intermediárias / Lars Elleström. – Dados eletrônicos. – Porto Alegre : EDIPUCRS, 2021.

1 Recurso on-line (168 p.). – (Série Nupecc ; 26)

Tradução: Beatriz Alves Cerveira, Júlia de Oliveira Rodrigues e Juliana de Oliveira Schaidhauer

Modo de acesso: <<http://editora.pucrs.br>>

ISBN 978-65-5623-173-0

1. Comunicação. 2. Mídia social. 3. Semiótica. I. Título. II. Série.

CDD 23. ed. 302.2

Lucas Martins Kern – CRB-10/2288

Setor de Tratamento da Informação da BC-PUCRS.

Todos os direitos desta edição estão reservados, inclusive o de reprodução total ou parcial, em qualquer meio, com base na Lei nº 9.610, de 19 de fevereiro de 1998, Lei de Direitos Autorais.



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

Sumário

UMA PROPOSTA DE COMUNICAÇÃO | 7

ANA CLÁUDIA MUNARI DOMINGOS

CAMILA AUGUSTA PIRES DE FIGUEIREDO

ELAINE BARROS INDRUSIAK

1 QUAL É O PROBLEMA? | 11

**2 O QUE SÃO PRODUTOS DE MÍDIA E MENTES
COMUNICANTES? | 21**

2.1 Um modelo de comunicação centrado na mídia | 21

2.2 Produtos de mídia | 27

2.3 Elaborando o modelo de comunicação | 31

2.4 Mentes comunicantes | 42

3 O QUE É UMA MÍDIA TÉCNICA DE EXPOSIÇÃO? | 57

3.1 Produtos de mídia e mídias técnicas de exposição | 57

3.2 Mídiação e representação | 64

**4 O QUE SÃO MODALIDADES DE MÍDIAS,
MODOS DE MODALIDADE E MULTIMODALIDADE? | 69**

4.1 Multimodalidade e intermídia | 69

4.2 Modalidades de mídias e modos | 76

5 O QUE SÃO TIPOS DE MÍDIAS? | 89

5.1 Tipos de mídias básicas e tipos de mídias qualificadas | 89

5.2 Os aspectos qualificadores operacionais e contextuais | 98

5.3 Mídias técnicas de exposição, tipos de mídias básicas e tipos de mídias qualificadas | 104

6 O QUE SÃO FRONTEIRAS ENTRE MÍDIAS E INTERMIDIALIDADE? | 109

6.1 Identificando e construindo as fronteiras entre mídias | 109

6.2 Atravessando as fronteiras entre mídias | 112

6.3 Intermidialidade em sentido amplo e estrito | 117

7 O QUE É INTEGRAÇÃO DE MÍDIA, TRANSFORMAÇÃO DE MÍDIA E TRADUÇÃO DE MÍDIA? | 121

7.1 Heteromidialidade e transmidialidade | 121

7.2 Integração de mídia | 124

7.3 Transformação de mídia | 129

7.4 Tradução de mídia | 136

8 QUAL É A CONCLUSÃO? | 139

REFERÊNCIAS | 143

GLOSSÁRIO | 151

ANA CLÁUDIA MUNARI DOMINGOS

CAMILA AUGUSTA PIRES DE FIGUEIREDO

ELAINE BARROS INDRUSIAK

JAIMESON MACHADO

Glossário

ANA CLÁUDIA MUNARI DOMINGOS
CAMILA AUGUSTA PIRES DE FIGUEIREDO
ELAINE BARROS INDRUSIAK
JAIMESON MACHADO

A

Aspecto qualificador contextual

Um de dois conjuntos de traços que podem ser empregados na caracterização dos tipos de mídias qualificadas, distinguindo-os com base em discursos, práticas, convenções históricas e localizações geográficas.

Aspecto qualificador operacional

O segundo de dois conjuntos de traços que podem ser empregados na caracterização dos tipos de mídias qualificadas, distinguindo-os a partir das funções comunicativas esperadas ou presumidas.

C

Capacidades cognitivas cross-modais

Habilidades que permitem a criação de representações cross-modais, extrapolando os modos de modalidades pré-semióticas reais dos produtos de mídia quando da criação de sentido.

Comunicação

Ação intencional movida por objetivos que pode ser compreendida como a sobreposição de esferas virtuais em cadeia ou uma sucessão de representações interconectadas.

Comunicação bidirecional

Tipo de comunicação marcada pela constante alternância de papéis entre um produtor e um receptor, que formam novos produtos de mídias de um mesmo ou de diferentes tipos.

Comunicação interpessoal

Tipo de comunicação que depende exclusivamente do corpo e das extensões imediatas do produtor e do receptor em vez de dispositivos externos.

Cross-modalidade

Atravessamento de diferentes modos pré-semióticos em uma mesma modalidade de mídia, de forma que diferentes tipos de mídias básicas possam representar parcialmente os mesmos objetos por meio da iconicidade, indicialidade ou simbolicidade.

D

Descrição (modo de representação)

Modo de representação que corresponde à representação simbólica conforme conceituada por Charles Sanders Peirce.

Dispositivos técnicos de armazenamento

Dispositivos técnicos utilizados para armazenar produtos de mídias, tais como as páginas de um livro, a tela de uma pintura, ou um CD contendo músicas; também chamados de *mídias de armazenamento*.

Dispositivos técnicos de exibição

Dispositivos técnicos utilizados para a exibição de produtos de mídias, tais como a tela de TV ou as ondas sonoras que transmitem uma canção; alguns dispositivos técnicos de exibição são, também, dispositivos de armazenamento, como as páginas de um livro.

Dispositivos técnicos de produção

Dispositivos técnicos utilizados para a produção de produtos de mídias, tais como câmeras de vídeo, instrumentos musicais, uma caneta; também chamados de *mídias de produção*.

Domínio extracomunicacional

Área em segundo plano na mente do perceptor de produtos de mídias em que estão registradas as experiências com tudo aquilo que é objetivo e subjetivo, bem como toda a representação entre esses dois polos anteriormente assimilada e com a qual o perceptor já está familiarizado.

Domínio intracomunicacional

Área em primeiro plano na mente do perceptor em que ocorrem a percepção e a interpretação dos produtos de mídias no decorrer do ato comunicacional.

E

Esfera real percebida

Conjunto de objetos extracomunicacionais, imediatos e presentes, materiais e mentais, que se encontram além do domínio da comunicação e com os quais a mente já está familiarizada.

Esfera virtual

Esfera mental que abarca tanto os objetos da esfera real percebida quanto o valor cognitivo decorrente da semiose comunicativa; em outras palavras, tudo que pode ser pensado e, por extensão, compartilhado via comunicação, ainda que de modo parcial.

H

Heteromidialidade

Perspectiva sincrônica que considera a sobreposição de produtos de mídias e tipos de mídias que apresentam modos pré-semióticos básicos parcialmente similares e parcialmente diferentes que formam uma amálgama de propriedades e ativam diversas funções sógnicas; também chamada de *Integração de mídia*.

I

Ícone

Signo que representa objetos com base na similaridade, conforme classificação de Charles Sanders Peirce; Elleström denomina a representação icônica como *Ilustração*.

Ilustração (modo de representação)

Modo de representação que corresponde à representação icônica, conforme conceituada por Charles Peirce, em que o signo estabelece uma relação de semelhança com o objeto representado.

Indicação (modo de representação)

Modo de representação que corresponde à representação indicial (ou indexical), conforme conceituada por Charles Peirce, em que o signo estabelece uma relação de contiguidade em relação ao objeto representado.

Índice

Signo que representa objetos com base na contiguidade, conforme categorização de Charles Sanders Peirce; Elleström denomina a representação indicial como *Indicação*.

Integração de mídia

O mesmo que *Heteromídia*.

Intermedialidade

Área de estudos ou abordagem analítica que trata das relações entre tipos de mídias a partir do reconhecimento de suas diferenças e similaridades. Em sentido amplo, a intermedialidade corresponde às relações entre (produtos de mídia pertencentes a) mídias qualificadas diferentes (incluindo aquelas que se baseiam em uma mesma mídia básica), isto é, estabelece fronteiras midiáticas entre tipos de mídias qualificadas

diferentes, porém baseadas em tipos de mídias básicas semelhantes. Já a intermidialidade em sentido estrito corresponde às relações entre (produtos de mídia pertencentes a) tipos de mídias básicas diferentes, ou seja, “encontra” ou identifica as fronteiras midiais entre diferentes tipos de mídias básicas. O termo pode, assim, se referir tanto aos fenômenos quanto à teoria que os observa e caracteriza.

Interpretante

Constructo que o signo cria na mente do perceptor quando um produto de mídia é percebido, conforme Charles Sanders Peirce.

Intramidialidade

Área de estudos ou abordagem analítica que trata das relações entre tipos de mídia semelhantes. Em sentido amplo, a intramidialidade corresponde às relações entre (produtos de mídia pertencentes a) tipos de mídias básicas semelhantes. Já a intramidialidade em sentido estrito corresponde às relações entre (produtos de mídia pertencentes a) tipos de mídias qualificadas semelhantes.

M

Mídias

Ferramentas comunicativas multimodais compostas por múltiplos recursos básicos inter-relacionados; só podem ser completamente

compreendidas a partir de suas relações com outros tipos de mídias com as quais compartilham tais recursos.

Mediação

Fenômeno pré-semiótico de apresentação das qualidades materiais, espaçotemporais, sensoriais e potencialmente semióticas das mídias técnicas e dos produtos de mídias que elas realizam, as quais são percebidas pelos receptores de sentido humanos numa situação comunicativa.

Midualidade

Diz respeito ao uso das mídias no processo de comunicação, levando-se em conta as características das mídias e as especificidades da percepção.

Mídias técnicas de exposição

Todos e quaisquer objetos, fenômenos físicos ou corpos que realizam a mediação de configurações sensoriais em situação comunicativa, realizando ou expondo entidades ou processos perceptíveis que adquirem a função de produtos de mídias.

Mídias técnicas de exposição externas

Quaisquer materiais externos ao corpo do produtor, incluindo outros corpos, que possam ser empregados na mediação de produtos de mídia.

Mídias técnicas de exposição internas

Partes ou a totalidade do corpo do produtor, além de fenômenos físicos que emanam diretamente dele, como a voz, empregados na mediação de produtos de mídia.

Modalidades das mídias

Categorias estipuladas com base nos modos indispensáveis a todas as mídias, incluindo fisicalidade, percepção e cognição; as modalidades podem ser espaçotemporal, material, sensorial e semiótica.

Modos da modalidade espaçotemporal

Traços específicos das mídias, tais como largura, altura, profundidade e tempo, que permitem a classificação na modalidade espaçotemporal.

Modos da modalidade material

Traços específicos das mídias, tais como os estados físicos (sólido, líquido, gasoso ou plasmáticos) e/ou a natureza orgânica ou inorgânica da matéria, que permitem a classificação na modalidade material.

Modos da modalidade semiótica

Traços específicos das mídias baseados nas formas de representação dos signos, conforme a tricotomia de Charles Sanders Peirce: ilustração (ícone), indicação (índice) e descrição (símbolo) que permitem a classificação na modalidade semiótica.

Modos da modalidade sensorial

Traços específicos das mídias baseados nas formas de percepção dos cinco sentidos humanos, visão, audição, tato, paladar e olfato, que permitem a classificação na modalidade sensorial.

Multimodalidade

Traço inerente das mídias, que devem ser constituídas por ao menos um modo de cada modalidade (espaçotemporal, material, semiótica e sensorial), mas que também podem apresentar mais de um modo nessas modalidades. Ver *Multimodalidade midial*.

Multimodalidade midial

Traço de tipos ou produtos de mídia que incluem vários modos em uma mesma modalidade, podendo ser multimodalidade material (multimaterialidade), multimodalidade espaçotemporal (multiespaçotemporalidade), multimodalidade sensorial (multissensorialidade) e multimodalidade semiótica (multissemiticidade).

O

Objetos extracomunicacionais

Representações de entidades e/ou fenômenos reais que emanam do domínio extracomunicacional e servem de referência para a criação de objetos intracomunicacionais em uma situação comunicativa.

Objetos intracomunicacionais

Partes, combinações ou junções de interpretantes resultantes da representação de objetos extracomunicacionais em uma situação comunicativa.

P

Percepção

Ato de apreensão abrangente que inclui a exterocepção, a interocepção, a propiocepção e que também pode ser associado à introspecção mental e à semiose com base na percepção da esfera real.

Perceptor

Indivíduo ou entidade, ou instância de sua mente, que percebe o valor cognitivo das configurações sensoriais midiadas; lugar mental do ativamento das funções sígnicas e da representação.

Produto de mídia

Estágio intermediário da comunicação que permite a transferência de valor cognitivo da mente do produtor para a mente de um perceptor através dos modos particulares das modalidades material, espaço-temporal, sensorial e semiótica em conjunto a fatores contextuais.

Produtor

Indivíduo ou entidade, ou instância de sua mente, em que produtos de mídia são produzidos para serem percebidos pela mente de um perceptor.

R

Representação (na mente)

Fenômeno semiótico que constitui o cerne da significação e que corresponde à forma como criamos valor cognitivo na comunicação.

Representação cross-modal

Produtos de mídias que podem representar objetos cujos modos das modalidades são distintos daqueles de seu modo de produção.

Representação de mídia

Categoria da intermedialidade que distingue a representação de um tipo ou produto de mídia em outro produto de mídia.

Representamen

Entidade representativa que torna alguma outra coisa (o objeto representado) presente na mente, a partir do conceito de Charles Sanders Peirce.

S

Símbolo

Signo cuja significação é estabelecida a partir de hábitos ou convenções; Elleström denomina a representação simbólica como *Descrição*.

T

Tipos de mídias

Conjuntos de produtos de mídias que se assemelham entre si a partir dos modos das modalidades.

Tipos de mídias básicas

Categorias de produtos de mídias baseadas nas modalidades material, espaço-temporal, sensorial e semiótica.

Tipos de mídias qualificadas

Categorias de produtos de mídias baseadas nas modalidades material, espaço-temporal, sensorial, semiótica e, ainda, nos aspectos qualificadores operacional ou contextual.

Tradução de mídia

Categoria da intermedialidade que distingue a transferência de valores cognitivos entre mídias cujos modos das modalidades pré-semióticas são os mesmos ou muito semelhantes; também denominada por Elleström como *Transmedialidade intramedial*.

Transferência do valor cognitivo

Cadeia de interações que envolvem a mente do produtor, o produto de mídia, a mente do perceptor e tudo o que há entre eles.

Transformação de mídia

Fenômenos de transferência e transformação em que um valor cognitivo representado por um produto de mídia é midiado por outro produto de mídia; também denominada por Elleström de *Transmedialidade intermedial*.

Transmídiação

Uma das duas categorias da intermedialidade que distingue os fenômenos de transformação de mídias, que ocorrem quando objetos já representados em esferas virtuais, criados por outros tipos de mídias, tornam-se parte de uma outra esfera virtual ao serem mediados novamente.

Transmidialidade

Característica de produtos de mídia ou *affordances* de tipos de mídias que podem mediar configurações sensoriais equivalentes e representar objetos semelhantes até certo ponto.

Transmidialidade intermidial

O mesmo que *Transformação de mídia*.

Transmidialidade intramidial

O mesmo que *Tradução de mídia*.

Tricotomia de Peirce

Proposta por Charles Sanders Peirce, constitui uma classificação dos signos da comunicação humana em ícones, índices e símbolos, conforme a relação existente entre o *representamen* (signo) e o objeto representado.

V

Valor cognitivo

Aquilo que é transferido entre as mentes na comunicação e, uma vez formado na mente do perceptor, assume a forma de uma esfera virtual ao ser comunicado.



E-mail: edipucrs@pucrs.br
Site: editora.pucrs.br



facebook.com/edipucrs



twitter.com/edipucrs



instagram.com/edipucrs

TEXTO. IMAGEM. SOM. Ainda que para alguns estudos essa tríade não seja problemática, definições para esses termos são fundamentais para o diálogo entre as diferentes áreas que se interessam pelo significado dos *produtos de mídia* – expressão de Lars Elleström para textos em suas diferentes manifestações. Como Diretor do Intermedial and Multimodal Studies na Linnæus University, Elleström focaliza justamente nessa perspectiva interdisciplinar da Intermedialidade e em seu potencial para fornecer uma terminologia e uma abordagem capazes de abarcar a enorme diversidade das relações intermediais. Neste ensaio, ele se concentra no conceito de mídia, modalidade e modo, oferecendo um texto basilar para todos aqueles que não apenas se interessam pelas relações intermediais, mas também àqueles que estudam a Comunicação em geral, como pesquisadores de Cinema, Jornalismo e Literatura.



ISBN 978-65-5623-174-7

