

UMA ANÁLISE INTERMIDIÁTICA DE *THE HOBBIT* E “MISTY MOUNTAIN HOP” A PARTIR DO MODELO DE COMUNICAÇÃO DE ELLESTRÖM

VICTÓRIA ELIZABETH DOS SANTOS*


Universidade Federal de São Paulo (Unifesp), Escola de Filosofia, Letras e Ciências Humanas (EFLCH),
Programa de Pós-Graduação em Letras (PPGL), São Paulo, SP, Brasil.

Recebido em: 20 jul. 2021. Aprovado em: 16 set. 2021.

Como citar este artigo: SANTOS, V. E. dos. Uma análise intermediária de *The Hobbit* e “Misty mountain hop” a partir do modelo de comunicação de Elleström. *Cadernos de Pós-Graduação em Letras*, v. 21, n. 3, p. 33-49, set./dez. 2021. doi: 10.5935/cadernosletras.v21n3p33-49

Resumo

Este artigo pretende demonstrar características das modalidades e dos modos das mídias de acordo com o estudo desenvolvido por Elleström (2017) na aplicação de análise em produtos de mídia específicos, no caso o romance *The Hobbit* (1937), de J. R. Tolkien, e a canção “Misty mountain hop” (1971), do grupo musical de rock Led Zeppelin. Os passos seguidos são: breve exposição dos produtos de mídia ancorados em um contexto histórico de produção, descrição das modalidades das mídias e de seus respectivos modos, abordagem dos aspectos qualificadores das mídias e a explicação do que será considerado midiação, representação e transmídiação de acordo com os estudos de Elleström (2017).

* E-mail: victoria.elizabeth@unifesp.br
 <https://orcid.org/0000-0001-8113-7444>

Palavras-chave

Intermedialidade. “Misty mountain hop”. *The Hobbit*.

INTRODUÇÃO

O presente artigo foi escrito a partir do terceiro capítulo da dissertação de mestrado *Relações intermidiáticas entre o romance The Hobbit de J. R. R. Tolkien e a canção Misty Mountain Hop de Led Zeppelin*, produzida pela autora sob orientação da professora doutora Ana Luiza Ramazzina Ghirardi, na Universidade Federal de São Paulo (Unifesp). A defesa da dissertação ocorreu em fevereiro de 2021.

Essa etapa da dissertação, aqui transformada em artigo, objetiva demonstrar, por meio da análise de dois produtos de mídia específicos, o comportamento das modalidades e dos modos das mídias em produtos de mídia distintos, mas que de alguma forma apresentam algum tipo de ligação contextual e histórica.

The Hobbit, romance escrito por J. R. R. Tolkien e publicado originalmente em 1937 na Inglaterra, possui uma narrativa em que Bilbo Bolseiro, personagem pertencente à raça dos hobbits, é convidado a uma aventura inesperada, em que um grupo de anões (seres mitológicos recorrentes na literatura de Tolkien) buscam recuperar seu tesouro, há muito retido pelo avarento dragão Smaug. Dessa narrativa, surgem criaturas místicas, fenômenos mágicos e situações paranormais característicos da literatura chamada *fantasia*, que tem Tolkien como um de seus principais representantes na literatura do século XX (DICIONÁRIO DIGITAL INSÓLITO FICCIONAL, 2019).

“Misty mountain hop”, por sua vez, é uma canção de *rock* do grupo musical Led Zeppelin lançada em seu quarto álbum de estúdio, conhecido como *Led Zeppelin IV*, que contém algumas das canções mais conhecidas do grupo, como “Stairway to heaven” (WALL, 2017, p. 275). “Misty mountain hop” apresenta já em seu título referências que não passam despercebidas aos olhos dos conhecedores da literatura tolkieniana: as Montanhas Nebulosas são parte essencial na composição geográfica e narrativa em *The Hobbit*. Entre outros versos da canção, como aqueles em que o personagem e narrador da canção, aparentemente cansado de estar em um parque cheio de *hippies* e

motivado pelos efeitos de drogas alucinógenas, decide empacotar suas coisas e ir em direção às Montanhas Nebulosas, e há mais: Led Zeppelin parece recorrer à temática *hippie* como fonte dessa narrativa.

O movimento contracultura, por sua vez, também parece ter adotado a obra de Tolkien como um modelo de inspiração heroico, na figura de Frodo Bolseiro (sobrinho de Bilbo e principal personagem da trilogia *O Senhor dos Anéis*, também de Tolkien), como é apontado por Spencer (2015, p. 5), a partir da constatação da existência de elementos simbólicos como pichações que fazem alusão aos personagens do universo Tolkien como figuras libertárias.

Essas estruturas que parecem transferir conteúdos podem ser levadas em consideração no que diz respeito aos resgates históricos e culturais que operam no nível de transformação nas relações entre mídias. Neste artigo, o recorte que se faz tem a ver com a questão estrutural, em que se descrevem as modalidades das mídias e de seus modos, a importância da consideração de aspectos qualificadores na análise de produtos de mídia estéticos e a diferenciação terminológica entre representação e transmídiação e como estas podem ser aproveitadas em uma análise de produtos de mídia distintos, mas que aparentemente apresentam características em comum.

O MODELO DE COMUNICAÇÃO PROPOSTO POR ELLESTRÖM EM UMA APROXIMAÇÃO DE PRODUTOS DE MÍDIA ESPECÍFICOS

No ensaio “Um modelo de comunicação centralizado na mídia”, Lars Elleström (2017) propõe que seja feita a leitura de aspectos de quatro diferentes modelos comunicativos: da linguística por Jakobson (1960), da comunicação por Schramm (1971), da tecnologia por Shannon (1948) e dos estudos culturais por Hall (1980).

Ao elucidar as características de cada um desses modelos, Elleström (2017, p. 26) propõe a criação de um novo, tendo este aproveitamentos dos anteriores, somando-se à evidenciação e análise do que considera entidades básicas de comunicação, sendo estas irreduzíveis e essenciais. São descritos então três aspectos fundamentais para o funcionamento desse modelo: “1. Algo sendo transferido; 2. Dois locais separados entre os quais a transferência ocorre; 3. Uma fase intermediária que torna a transferência possível” (ELLESTRÖM, 2017, p. 26).

O primeiro ponto refere-se ao compartilhamento como ideia fundamental do ato de comunicar (ELLESTRÖM, 2017, p. 28). O teórico utiliza termos como “entrada” e “saída” para designar o movimento realizado pelas configurações mentais no ato de produzir comunicação (ELLESTRÖM, 2017, p. 29), no que elege a expressão *valor cognitivo* para designar esse tipo de transferência.

A noção de valor cognitivo deve ser entendida como mais abrangente do que a análise que se restringe às construções verbais (ELLESTRÖM, 2017, p. 29). Desse modo, o primeiro ponto defendido pelo autor vai ao encontro da possibilidade de análise de produtos de mídia que apresentem modalidades distintas – no sentido modal proposto por Elleström (2017) –, como é o caso de “Misty mountain hop”, que apresenta elementos verbais distinguíveis por meio da sonorização da letra da canção, mas que também é composta por outros elementos que formam o todo do produto de mídia, como os sons ordenados produzidos pelos instrumentos utilizados em sua (re)produção.

A mesma análise poderá ser feita em *The Hobbit* se o produto de mídia analisado for a forma mais comum (ou ao menos a forma em que foi concebido para consumo inicialmente): por meio de um livro que armazena uma narrativa organizada de forma majoritariamente verbal, mas que, em diversas de suas edições, de anos distintos e em diferentes traduções, possui ilustrações que representam passagens da história, personagens e paisagens apresentados dentro do universo narrativo.

Ao se referir ao segundo ponto, Elleström (2017, p. 30) aponta que os dois locais definidos como a delimitação do ato de comunicação podem ser chamados de “mente do produtor” e “mente do perceptor”, que são compreendidos como “lugares mentais em que o valor cognitivo aparece”. O autor não limita essa ideia a duas pessoas ou a binômios como escritor/leitor ou cantor/ouvinte, o que, no caso desta análise, ajuda a concretizar a ideia de que um produto de mídia final pode ser construído a partir do processo criativo de diferentes mentes produtoras, como é o caso de *The Hobbit*, que possui texto verbal criado por uma mente produtora por vezes diferente daquelas que produzem os trechos não verbais, como os que contêm ilustrações e mapas.

Em “Misty mountain hop”, há de se considerar que diferentes mentes produtoras criam o todo do produto de mídia, que possui vocalização verbal, produção sonora de guitarra acoplada a amplificador, percussão por meio de bateria, seqüências de piano e sintetizadores, entre outros elementos sonoros, tanto na fase de sua criação quanto nos primeiros arranjos da canção que são

criados até sua reprodução total por parte dos musicistas. No caso da mente do perceptor, em se tratando de produtos de mídia altamente comercializáveis, como é o caso dos dois em análise, dificilmente suas concepções em nível mental ocorrerão em apenas uma pessoa, já que vários perceptores podem recorrer ao produtos ao mesmo tempo, embora o tempo de concepção do todo possa variar.

O terceiro ponto descrito pelo autor refere-se mais diretamente aos produtos de mídia. Quando a mente do produtor transfere valor cognitivo à mente do perceptor, ocorre então a transferência de diferentes produtos de mídia, que podem ter sido criados espontaneamente no ato da comunicação ou de modo mais qualificado, quando os produtos de mídia referidos são específicos, como é o caso de uma canção de *rock* ou um romance de fantasia. Segundo o autor, um produto de mídia pode ser “obtido por qualquer matéria corporal ou não corporal [...] ou a combinação destes fenômenos” (ELLESTRÖM, 2017, p. 30).

Desses três pontos principais da comunicação, surgem quatro inter-relações consideradas essenciais para que ocorra o funcionamento integral do modelo, sendo elas:

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 perceptor; 3. Valor cognitivo “dentro” da mente do produtor e da mente do perceptor; 4. Uma transferência de valor cognitivo “através” do produto de mídia (ELLESTRÖM, 2017, p. 32).

A primeira inter-relação comporta uma atividade que se inicia na mente do produtor e que pode ser realizada de maneira simplificada ou mais complexa, dependendo, por vezes, da utilização de aparatos mais sofisticados que auxiliem na rede de comunicação (ELLESTRÖM, 2017, p. 33). Por vezes, essa fase exige graus de armazenamento (ELLESTRÖM, 2017, p. 33) dos produtos de mídia, como ocorre nas canções gravadas e armazenadas em discos ou romances armazenados em livros até que o ato de comunicação possa ser completado pela mente do perceptor.

A segunda inter-relação pode ser compreendida como o momento em que ocorrem a percepção e a interpretação dos diferentes produtos de mídia por meio de suas materialidades “através dos órgãos de sentido do perceptor” (ELLESTRÖM, 2017, p. 34). Assim, o valor cognitivo presente em produtos de mídia como *The Hobbit* ou “Misty mountain hop” existirá a partir de sua percepção e interpretação por parte da mente perceptora.

Ao descrever brevemente a terceira inter-relação, Elleström (2017, p. 36) afirma ser complexo definir a quantidade de valor cognitivo presente nas mentes produtora e perceptora no ato de comunicação, no entanto é possível conceber que “estão, ambas, no momento da comunicação, engajadas em pensar sobre como construir e interpretar o produto de mídia.

Finalmente, a quarta inter-relação é considerada crucial, de acordo com o teórico, para que se argumente a favor de um modelo de comunicação centralizado nas mídias, já que “transferência de valor cognitivo não é uma transferência material, mas uma transferência mental com o auxílio da materialidade” (ELLESTRÖM, 2017, p. 36). Para o autor, diferentemente do que ocorre quando determinada carga é transferida entre dois pontos geográficos distintos, na transferência de valor cognitivo não há um espaço intermediário que separa a mente produtora e a mente perceptora, sendo então o produto de mídia responsável não somente pela transferência, mas também um passo “crucial da transição, não apenas da transmissão” (ELLESTRÖM, 2017, p. 36).

Cabe aqui fazer a mesma distinção realizada por Elleström (2017) a fim de se evitar o uso terminológico de maneira indistinta. O autor diferencia o que considera como produtos de mídia e mídias técnicas, pois, embora na prática suas finalidades sejam inseparáveis, na teoria seus usos indicam diferentes etapas do todo comunicativo (ELLESTRÖM, 2017, p. 37).

Para o autor, mídias técnicas “são dispositivos materiais que possibilitam a manifestação física dos produtos de mídia no mundo” (ELLESTRÖM, 2017, p. 37). Então, podem ser entendidos como mídias técnicas pedras, materiais planos, pedaços de papel, papiro e outros materiais capazes de materializar produtos de mídia. Segundo Elleström (2017, p. 37), são exemplos de mídias técnicas mais modernas “telas eletrônicas e ondas sonoras produzidas pelos alto-falantes”.

Partindo-se dessas afirmações, é possível compreender que *The Hobbit* é um produto de mídia materializado por meio da junção de tinta sobre papel, enquanto “Misty mountain hop” tem materialidade mais ou menos demarcada por meio da emissão de ondas sonoras provenientes de aparelhos como alto-falantes acoplados a outros dispositivos, como vitrola ou toca-fitas. Em seguida, o autor avança em sua noção de comunicação, determinando também modalidades essenciais componentes das mídias e de produtos midiáticos específicos.

AS MODALIDADES DA MÍDIA EM UMA ANÁLISE DE *THE HOBBIT* E “MISTY MOUNTAIN HOP” COMO PRODUTOS DE MÍDIA

Antes que se descrevam os aspectos modais previstos pelo teórico, é preciso salientar que a análise de *The Hobbit* e “Misty mountain hop” proposta neste artigo tem menos a ver com a tentativa de encontrar semelhanças intermediáticas “forçadas” entre os dois produtos de mídia do que com a possibilidade de, por meio da descrição das modalidades essenciais às mídias, identificar quais aspectos modais relevantes são compartilhados – ou não – entre produtos de mídia concebidos e percebidos por intermédio de diferentes materializações, sensações e noções de espaço-tempo. Se os modos e as modalidades se manifestam de maneira heterogênea em diferentes mídias, tentar encontrar pontos em comum com base apenas na narrativa presente nestas parece pouco produtivo neste caminho de análise.

As quatro modalidades descritas como componentes de cada mídia são consideradas assim por Elleström (2017, p. 38): três são pré-semióticas (modalidades material, sensorial e espaçotemporal) e uma semiótica (p. 38), sendo os modos “as variantes das modalidades” (p. 60).

A primeira é descrita pelo autor como a “interface corpórea latente da mídia” (ELLESTRÖM, 2017, p. 61), no que se pode citar a superfície plana como provável interface material de textos escritos, como a narrativa de *The Hobbit* e as ondas sonoras, capazes de apresentar a interface audível de uma canção como “Misty mountain hop”. São três os modos descritos dentro da composição 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 (ELLESTRÖM, 2017, p. 61).

As superfícies planas podem ser frequentemente usadas como modos de materialização de narrativas compostas por elementos verbais e imagéticos, como é o caso de *The Hobbit*. Da mesma forma, as ondas sonoras materializam, mesmo que de maneira menos demarcada, as notas musicais, os trechos verbais e a melodia não verbal contidos em uma canção de *rock*, como é o caso de “Misty mountain hop”.

A modalidade sensorial é descrita por Elleström (2017) como a junção dos atos físicos e mentais realizados na percepção da interface das mídias através dos sentidos humanos (ELLESTRÖM, 2017, p. 62). Além dos cinco sentidos humanos conhecidos, o teórico atribui o ato de percepção a outras três categorias mentais. Uma delas refere-se aos “dados sensoriais”, que surgem a partir da interface material das mídias e que só podem ser assimilados a partir da interpretação de um agente (ELLESTRÖM, 2017, p. 62). Os dados sensoriais de *The Hobbit*, por exemplo, são percebidos por meio dos signos verbais e imagéticos presentes no produto de mídia, enquanto em “Misty mountain hop” isso se dá por meio dos signos sonoros e sons não verbais constituintes da canção.

Aos receptores é atribuída uma segunda categoria mental defendida pelo teórico: “células que, quando estimuladas, provocam impulsos nervosos que são levados ao sistema nervoso” (ELLESTRÖM, 2017, p. 62). A terceira categoria é chamada de sensação, ou seja, “o efeito vivenciado do estímulo (ELLESTRÖM, 2017, p. 62), sendo esta também atrelada às lembranças sensoriais: “Sensações novas são, portanto, uma rede frequentemente complexa de dados sensoriais percebidos e concebidos, combinados a sensações recuperadas” (ELLESTRÖM, 2017, p. 63). A sensação, portanto, está relacionada tanto à vivência do estímulo decorrente da recepção do produto de mídia quanto à recuperação de dados assimilados por essa mente perceptora anteriormente.

A terceira modalidade descrita por Elleström (2017, p. 64), a espaçotemporalidade, tem seus aspectos presentes em todas as mídias, que devem ser analisados individualmente ou em conjunto, a depender da situação proposta. A espaçotemporalidade pode ser percebida por meio de quatro aspectos centrais, que se manifestam de maneiras distintas de acordo com o tipo de mídia. São eles: “largura, altura, profundidade e tempo” (ELLESTRÖM, 2017, p. 64).

Se para Elleström (2017, p. 65) a delimitação entre essas categorias não é fixa, sendo necessária a aplicação da modalidade semiótica de modo a compreender a natureza de espaçotemporalidade em mídias específicas, pensar espaçotemporalidade em produtos de mídia pode depender não somente dos aspectos demarcados materialmente na superfície midiática, mas também de construções mentais apreendidas pela mente perceptora no ato de recepção.

O espaço criado mentalmente em uma narrativa verbal, por exemplo, será chamado de espaço virtual, que pode ser compreendido não apenas como “espacialidade abstrata, conceitual, mas mundos virtuais dentro dos quais o

leitor pode navegar” (ELLESTRÖM, 2017, p. 67). Um exemplo de espacialidade virtual em *The Hobbit* surge já na primeira parte da narrativa, quando no primeiro capítulo, “Uma festa inesperada”, é descrita a toca onde vive o hobbit Bilbo Bolseiro:

A toca tinha uma porta perfeitamente redonda como uma escotilha, pintada de verde, com uma maçaneta brilhante de latão amarelo exatamente no centro. A porta se abria para um corredor em forma de tubo, como um túnel: um túnel muito confortável, sem fumaça, com paredes revestidas e com o chão ladrilhado e atapetado, com cadeiras de madeira polida e montes de cabides para chapéus e casacos – o hobbit gostava de visitas (TOLKIEN, 2003, p. 1).

Nesse trecho, os signos verbais são dispostos de modo que a mente do perceptor seja capaz de criar uma imagem virtual do que seria o espaço correspondente à casa de Bilbo Bolseiro. Objetos como porta, túnel e paredes não existem senão no mundo criado virtualmente a partir da junção simbólica com os atos de produção mental.

Em “Misty mountain hop”, também é possível recorrer à virtualidade a fim de constituir uma noção de espaço dentro da narrativa presente na canção:

Caminhando no parque outro dia, *baby*
O que você, o que você acha que eu vi?
Um monte de gente sentado na grama
Com flores no cabelo, diziam:
“Ei, garoto, você quer curtir?”

Assim, Elleström (2017, p. 67) define que a espacialidade em produtos de mídia pode se dar de três diferentes maneiras, sendo elas:

[...] o espaço manifestado na interface midiática (a modalidade material considerada através da modalidade espaçotemporal), o espaço enquanto aspecto fundamental cognitivo e enquanto a interpretação da representação da mídia, ou o chamado espaço virtual.

A temporalidade, segundo Elleström (2017, p. 67, grifo do autor), constitui-se de maneira semelhante à espacialidade, pois “todas as mídias são *realizadas* no tempo”, mesmo que algumas dessas mídias apresentem interfaces atemporais, já que estas só podem ser concebidas, percebidas e interpretadas por meio da temporalidade situacional.

Da mesma forma que ocorre na espacialidade, também é possível determinar a existência de um tempo virtual, aquele percebido por meio das mídias para além de sua estaticidade, como é o caso de um romance ou uma sequencialidade fixa, o que ocorre em uma canção gravada (ELLESTRÖM, 2017, p. 67-68). O tempo virtual se constitui pela percepção de movimentos de anterioridade e posterioridade incutidos no congelamento das figuras midiáticas (ELLESTRÖM, 2017, p. 67-68). Assim, de acordo com o teórico, a temporalidade também se manifesta a partir de três possibilidades:

[...] o tempo como característica da interface da mídia (a modalidade material considerada através da modalidade espaçotemporal), o tempo como condição necessária a toda percepção e o tempo como aspecto interpretativo daquilo que a mídia representa (o tempo virtual) (ELLESTRÖM, 2017, p. 68).

Por fim, Elleström (2017) adota aspectos da tricotomia sógnica de Peirce a fim de discorrer a respeito da quarta modalidade das mídias: a semiótica. São três os modos descritos para essa categoria: “a convenção (signos simbólicos), a semelhança (signos icônicos) e a contiguidade (signos indiciários)” (ELLESTRÖM, 2017, p. 71). Esses modos aparecem de forma combinada, mesmo que haja dominância de um deles (ELLESTRÖM, 2017, p. 71). Essa modalidade está relacionada à interpretação das mídias por meio de suas interfaces materiais. Para Elleström (2017, p. 69), “Todo significado é o produto de uma mente que interpreta e atribui sentido a estados de coisas, ações, ocorrências e artefatos”.

Portanto, além das condições sógnicas dos produtos de mídia, como os signos simbólicos (texto escrito, verbalização sonora) presentes em um romance ou canção, há também necessidade de se levar em consideração a complexa rede mental e os possíveis atos interpretativos depreendidos da percepção das diferentes mídias, uma vez que as funções sógnicas

[...] 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 (ELLESTRÖM, 2017, p. 71).

Além das modalidades das mídias e de seus respectivos modos, Elleström (2017) defende também a existência de outros dois aspectos importantes na identificação e qualificação de produtos de mídia específicos, os aspectos qualificadores.

OS ASPECTOS QUALIFICADORES DAS MÍDIAS EM PRODUTOS DE MÍDIA ARTÍSTICOS

O primeiro aspecto descrito por Elleström (2017, p. 74) é chamado de *aspecto qualificador contextual* e tem relação com a utilização de “mídias em circunstâncias históricas, culturais e sociais específicas”. Para o autor, há mudanças em níveis material e técnico que surgem e são utilizadas a partir de determinadas épocas e contextos, como é o caso de fotografias que “são expostas em galerias e museus ou quando cartas são usadas para executar ‘arte postal’” (ELLESTRÖM, 2017, p. 75).

Aspecto qualificador operacional é o nome da característica apontada por Elleström (2017) como aquela que se refere às características estéticas e comunicativas das mídias. Para o autor, 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” (ELLESTRÖM, 2017, p. 75).

Para Elleström (2017, p. 79), as mídias que podem ser facilmente identificadas apenas a partir dos modos de cada modalidade podem ser chamadas de mídias básicas, enquanto mídias qualificadas são aquelas que dependem da análise dos dois aspectos qualificadores para que sejam delimitadas, sendo estas exemplificadas por meio de “Formas artísticas e outros tipos de mídia cultural”.

Mesmo que a distinção entre mídias básicas e qualificadas não seja absoluta (ELLESTRÖM, 2017, p. 79), é possível pensar em alguns aspectos culturais que contribuem para a identificação do uso de determinadas mídias ao longo do tempo e de construções estéticas que estejam envolvidas em sua concepção.

A título de exemplo, é possível evocar a prensa de Gutenberg como uma nova forma de conceber o objeto armazenador livro, que é capaz de carregar produtos de mídia verbais e não verbais através da impressão de tinta sobre papel.

Da mesma forma, os modelos de gravação e reprodução sonora surgidos no século XX, como o fonógrafo e a vitrola, são exemplos não do surgimento de uma nova mídia (a música ou sons organizados), mas sim de uma nova maneira de consumi-los (tanto a prensa quanto a criação do fonógrafo reconfiguram a maneira de perceber determinados produtos de mídia, seja pela possibilidade de repetição contínua destes, seja pela possibilidade de consumi-los na vida privada).

REPRESENTAÇÃO E TRANSMIDIAÇÃO EM *THE HOBBIT* E “MISTY MOUNTAIN HOP”

Para Elleström (2017, p. 231), mediação é o ato de “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”. Assim, um poema, a letra de uma canção ou o capítulo de um romance podem ser mediados em uma superfície plana, na tela de um computador ou em uma página de livro. Mediar uma canção significa transmitir seus efeitos sonoros coordenados através de ondas sonoras emitidas por alto-falantes, caixas de som ou cordas vocais.

Já a representação é a interpretação dos produtos de mídia, que tem a ver com a produção de sentido “nos atos de recepção perceptuais e cognitivos” (ELLESTRÖM, 2017, p. 231). A interpretação sempre dependerá dos processos cognitivos desempenhados pela mente do perceptor (ELLESTRÖM, 2017, p. 231-232).

A transmídiação, por sua vez, ocorre sempre que o conteúdo de uma mídia for mediado, quantas vezes for, por meio da equivalência de configurações sensoriais:

[...] o poema que era visto na página pode depois ser ouvido quando for transmediado pela voz. Em outras palavras, o conteúdo do poema é representado novamente por um novo tipo de configuração sensorial (sinais audíveis e não visuais), mediado por um outro tipo de mídia técnica (não por uma página de livro que emite fótons, mas por ondas sonoras geradas pelas pregas vocais) (ELLESTRÖM, 2017, p. 232).

Dessa forma, uma canção como “Misty mountain hop” pode ser parcialmente transmediada quando a parte verbal é reproduzida por um fã que canta, por exemplo, assim como um romance também pode ser transmediado sonoramente por meio da leitura em voz alta de seus trechos ou do todo, o que é comum em *audiobooks*.

Assim, para Elleström (2017, p. 234) a transmídiação ocorre quando o conteúdo de uma mídia-fonte é transferido para uma mídia-destino, enquanto, na representação, a mídia-destino representa a mídia-fonte.

Em seguida, o autor desenvolve algo que vai chamar de base transmídia, que está relacionada ao que pode ser transmediado a partir das próprias

limitações impostas pelas características específicas das mídias (ELLESTRÖM, 2017, p. 237). Defende-se então que a observação das modalidades das mídias é um primeiro ponto de análise da base transmidial, uma vez que seus modos “constituem um tipo de esqueleto sobre o qual todas as mídias são construídas” (ELLESTRÖM, 2017, p. 238).

O segundo ponto da base transmidial, chamado de características midiais compostas, estabelece a consideração de detalhes que vão além dos modos das modalidades das mídias, uma vez que estas, mesmo sendo distintas, ainda podem compartilhar parcialmente características modais (ELLESTRÖM, 2017, p. 239). Como aponta o autor:

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 (ELLESTRÖM, 2017, p. 239-240).

As características midiais, que são construídas predominantemente no âmbito mental, dividem-se ainda em dois grupos, que se relacionam à forma de características midiais de maneira mais geral e ao conteúdo, em se tratando da restrição de elementos (ELLESTRÖM, 2017, p. 240).

Ao se referir à forma, Elleström (2017, p. 240) aponta que, em geral, suas estruturas se manifestam a partir de configurações cognitivas, evocando elementos como “padrão, ritmo, equilíbrio, proporção, relação, repetição, similaridade e contraste”. Já o conteúdo pode ser imediatamente percebido por meio da própria interface material da mídia analisada, podendo ocorrer a partir de “microestruturas simbólicas e icônicas, como palavras escritas ou audíveis, frases e detalhes icônicos visuais ou de áudio” (ELLESTRÖM, 2017, p. 240).

É possível criar uma aproximação entre *The Hobbit* e “Misty mountain hop” quando suas significações ocorrem de maneira semelhante no que diz respeito à utilização de microestruturas simbólicas, como é o caso da utilização de elementos verbais, considerados signos simbólicos.

Lars Elleström (2017, p. 241) também descreve a transmidiação de conteúdo por meio da ação cognitiva responsável por processos de representação, no que se podem evidenciar “espaços, lugares, pessoas, animais, objetos, temas e similares”, sendo a narrativa considerada uma das características midiais composta mais importantes, uma vez que esta é capaz de portar aspectos relacionados à forma e também ao conteúdo:

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 seqüências narrativas. [...] 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.

Partindo-se desse sentido, é possível considerar que, como produtos de mídia, “Misty mountain hop” e *The Hobbit* apresentam aspectos transmidiáveis entre si, o que não ocorre de maneira plena, devido à própria mudança de modos das modalidades e das diferentes narrativas contidas em cada um, mas a partir do resgate de determinados conteúdos temáticos recorrentes em ambas, somados a uma rede de construções contextuais, mentais e de concepção espaço-temporal que contribuem para que a mente do perceptor seja capaz de constituir possíveis semelhanças.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esta análise permite não somente revisitar as modalidades e os modos das mídias propostos por Elleström (2017), mas também reconhecer como a complexa rede da intermedialidade pode ser compreendida a partir de produtos de mídia específicos. Ainda que em nível técnico seja possível destrinchar aspectos modais e de comportamento midiático, o teórico salienta que a subjetividade é um elemento de extrema relevância na observação comportamental das transformações midiáticas (ELLESTRÖM, 2017, p. 246), o que leva à necessidade, muitas vezes, de considerar aspectos não inerentes à natureza das mídias, mas sua inserção e utilização em diferentes contextos históricos e culturais.

Quando se fala em *The Hobbit*, por exemplo, é possível resgatar uma série de informações históricas, como as fontes literárias (ou produtos de mídia-fonte) percebidas e interpretadas pela mente perceptora que posteriormente se torna mente produtora da narrativa contida no romance de fantasia. As condições sociais da época de criação do produto de mídia, como possíveis dificuldades técnicas em sua impressão, também podem apresentar informações

relevantes a respeito de como esse produto de mídia foi percebido ao longo do tempo até o presente, em que novas tecnologias surgem para que a mediação de produtos de mídia se torne digital, por exemplo.

“Misty mountain hop”, por sua vez, também é um produto de mídia concebido dentro de um século que apresenta características culturais e de produção musical específicas, como o surgimento e a disseminação dos aparelhos de gravação e reprodução musical, a criação da guitarra como instrumento eletrônico capaz não somente de mediar notas musicais, como também de estendê-las e modificá-las a partir da utilização de amplificadores, sintetizadores e pedais. Há de se considerar também a existência de movimentos socioculturais como a contracultura norte-americana, que na figura dos *hippies* fez surgir uma infinidade de novos símbolos e temáticas presentes em diversas canções de *rock*, como as flores e as drogas alucinógenas.

A recuperação desses dados vai depender, em muitos níveis, da atividade cognitiva da mente perceptora que entra em contato com os produtos de mídia. É possível perceber e interpretar a narrativa presente em *The Hobbit* pela primeira vez sem que haja pistas visíveis anteriores à leitura, no entanto, a mente perceptora será capaz de estabelecer inúmeras atividades cognitivas que recuperam memórias de espécies de plantas, paisagens naturais e construções humanas, como casas e vilas. Da mesma forma, uma mente perceptora em contato com “Misty mountain hop” pode não recuperar dados específicos a respeito de pessoas sentadas com flores na cabeça, mas o movimento em torno de “policia”, “parque” e “chá” recupera outras memórias espaciais e culturais.

Decerto, a complexa rede da transmídiação apresenta inúmeras pontes, que partem dos produtos de mídia toda vez que seus conteúdos são transferidos. A própria ideia de compartilhamento de modos de modalidades, ainda que em mídias distintas, como é o caso da presença de espaço e tempo, mesmo que de forma virtual, em qualquer mídia, também fornece pistas do que pode ser interpretado como um processo de intermedialidade, o que pode ser observado criteriosamente a partir da descrição das modalidades e observação do comportamento destas em diferentes produtos de mídia.

An intermediatic analysis of *The Hobbit* and “Misty mountain hop” from Elleström’s communication model

Abstract

This article intends to demonstrate media modalities and modes’ characteristics according to the study developed by Elleström (2017) in the analysis of specific media products, namely: the novel *The Hobbit* (1937), by J. R. R. Tolkien, and the song “Misty mountain hop” (1971), by the rock band Led Zeppelin. Firstly, we briefly expose media products anchored to its historical production context, then describe media modalities and their respective modes, approach to qualify the media aspects, and explain what will be considered mediation, representation, and transmediation according to the studies by Elleström (2017).

Keywords

Intermediality. “Misty mountain hop”. *The Hobbit*.

REFERÊNCIAS

DICIONÁRIO Digital Insólito Ficcional. Fantasia/Fantasy. Rio de Janeiro: Universidade do Estado do Rio de Janeiro, 2019. Disponível em: <http://www.insolitificcional.uerj.br/site/f/fantasia-fantasy/>. Acesso em: 18 jul. 2021.

ELLESTRÖM, L. *Midialidade: ensaios sobre comunicação, semiótica e intermedialidade*. Organização Ana Cláudia Munari Domingos, Ana Paula Klauck e Glória Maria Guiné de Melo. Porto Alegre: EdiPUCRS, 2017.

SPENCER, K. The anti-war adoption of *Lord of the Rings*. 4610 *English: Individual*, Marquette University, 2015. Unpublished article.

TOLKIEN, J. R. R. *O Hobbit*. Tradução Lenita Maria Rímoli Esteves e Almiro Pisetta. 2. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2003.

WALL, M. *Led Zeppelin: quando os gigantes caminhavam sobre a Terra*. 2. ed. São Paulo: Globo, 2017.

ANEXO

“Misty mountain hop”

Led Zeppelin

*Walkin' in the park just the other day, baby
What do you what do you think I saw?
Crowds of people sittin' on the grass with flowers in their hair said
Hey Boy do you want to score?
And you know how it is
I really don't know what time it was oh, oh
So I asked them if I could stay awhile
I didn't notice but it had got very dark and I was really
Really out of my mind.
Just then a policeman stepped up to me and asked us said
Please, hey, would we care to all get in line
Get in line
Well you know
They asked us to stay for tea and have some fun
Oh, oh, he said that his friends would all drop by, oh
Why don't you take a good look at yourself and describe what you see
And baby, baby, baby, do you like it?
There you sit, sitting spare like a book on a shelf rustin'
Ah, not trying to fight it
You really don't care if they're coming oh, oh
I know that it's all a state of mind, oh.
If you go down in the streets today, Baby, you better
You better open your eyes
Folk down there really don't care, really don't care
Don't care, really don't
Which, which way the pressure lies
So I've decided what I'm gonna do now
So I'm packing my bags for the Misty Mountains
Where the spirits go now
Over the hills where the spirits fly, oh, I really don't know*