

TENSÕES ENTRE O MATERIAL E O DIGITAL A SERVIÇO DA CONFIGURAÇÃO DE REVISTAS E SITES DE ROCK¹

Luis Fernando Rabello Borges²

RESUMO

Com base no conceito de materialidades da comunicação, cujo principal expoente é Hans Ulrich Gumbrecht, minha proposta neste artigo é abordar como revistas e sites de rock são configurados através das tensões entre os elementos materiais e digitais que os constituem. Também serão abordados, para fins complementares, os conceitos de estudos de som e arqueologia das mídias, representados respectivamente por Jonathan Sterne e Sigfried Zielinski. Para a abordagem desses três conceitos, foi feita uma revisão bibliográfica baseada em textos de Erick Felinto, Fabrício Silveira e Simone Sá, entre outros. A partir daí, serão feitos esforços de associação entre esses três conceitos e a minha proposição inicial de pesquisa de doutorado, que em linhas gerais consiste em analisar de que forma revistas e sites brasileiros de rock lidam, em termos discursivos ou estruturais, com a reconfiguração da indústria do entretenimento musical vivenciada nos anos 2000. A ideia é ao menos tentar vislumbrar algumas “pistas de articulação”.

Palavras-chave: Materialidades. Digital. Rock. Revistas. Sites.

1. INTRODUÇÃO

Minha proposta de tese é analisar de que forma revistas e sites brasileiros de rock lidam, seja em termos discursivos ou estruturais, com a reconfiguração da indústria do entretenimento musical vivenciada nos anos 2000. Esse mercado da música é constituído pela indústria fonográfica e também por revistas, sites e outros produtos de mídia especializada (a exemplo de blogs, encartes de jornais, programas de TV e de rádio), bem como emissoras de rádio, circuito de shows (casas noturnas) e produtos não exatamente sonoros, como camisetas, pulseiras, canecas e outros apetrechos.

Neste artigo, não irei além da proposição um tanto ampla de problema de pesquisa exposta na primeira frase do parágrafo acima. É intencional. Estou terminando o meu primeiro semestre do doutorado, e ainda me encontro em fase de levantamento de

¹ Trabalho inscrito para o GT Comunicação e Cultura, do VII Encontro de Pesquisa em Comunicação – ENPECOM.

² Doutorando em Comunicação pela Unisinos, luisfrb@gmail.com.

possibilidades, fazendo uma tarefa exploratória junto aos objetos empíricos passíveis de serem analisados, pinçando textos em revistas e sites e inclusive descobrindo outros sites. Estou formulando perguntas, desdobramentos da problematização inicial (e ampla), e vislumbrando possibilidades de uso de livros, autores e conteúdos, sejam eles teóricos ou metodológicos. Enfim, estou me dando o direito de, ao menos por enquanto, não definir um recorte mais específico. O máximo que posso fazer é apresentar possibilidades de recorte. E farei. Mas não neste artigo.

Por conta dessa minha condição de doutorando iniciante, também não empreenderei nestas linhas uma espécie de pré-análise a partir de algum ou alguns fragmentos de algum ou alguns objetos empíricos, o que poderia ser bastante útil no sentido de fornecer pistas para o próprio refinamento do recorte da pesquisa, mas penso que ainda preciso mergulhar mais nas páginas das revistas e dos sites, levantar mais perguntas e obter mais leituras antes de partir para uma tarefa desse tipo. A não ser que eu fosse um doutorando iniciante mas já um pouco mais decidido e focado a respeito do quê exatamente pesquisar. Mas ainda não é o caso.

Assim, o que eu pretendo para este artigo é um enfoque mais propriamente teórico, que no caso específico é buscar entender como elementos materiais (no sentido de táteis, palpáveis, físicos, analógicos) e digitais, e as tensões entre eles, atuam na configuração de revistas e sites de rock. Acredito que isso possa ser feito mesmo sem um maior desenvolvimento do recorte da pesquisa a ser empreendida ao longo desses três ou quatro anos. É o que me parece ao alcance no momento. E, ao mesmo tempo, talvez possa proporcionar algumas possibilidades para o que será futuramente pesquisado. Para tanto, a ideia aqui é tomar por base o conceito teórico de materialidades da comunicação. Também serão utilizados os conceitos de estudos de som e arqueologia das mídias, para fins complementares. Tudo no sentido de articular essas formulações teóricas com a minha proposição inicial de pesquisa. Ou, ao menos, tentar vislumbrar algumas “pistas de articulação”.

A intenção de buscar entender como as materialidades e as tecnologias digitais “atuam na configuração de revistas e sites de rock” aponta para uma ênfase no produto. Assim, não entrarei nos méritos dos usos e apropriações desses produtos (revistas e sites de rock) por parte de seus respectivos usuários, nem fazer qualquer esforço de projeção nesse sentido. A abordagem dos usos e apropriações remete a pesquisas de recepção, o que só poderia ser feito em um artigo como este caso eu resolvesse fazer uma pré-análise – hipótese que, conforme já mencionado anteriormente, eu descartei. É claro que o produto se encontra integrado com o usuário, mas isso será abordado como um dos aspectos da configuração

material desse produto. Aliás, a integração entre produto e usuário – ou ainda, entre máquina e corpo – é um dos postulados dos estudos das materialidades da comunicação, que serão abordados de forma um pouco mais detida a partir de agora.

2. MATERIALIDADES DE REVISTAS E SITES DE ROCK

O conceito de materialidades da comunicação tem como principal representante o alemão Hans Ulrich Gumbrecht, oriundo da literatura comparada, que começou a desenvolver seus estudos a respeito na década de 1980. Trata-se, portanto, de um conceito relativamente recente. Apesar disso, as materialidades da comunicação remetem a estudos bem anteriores, como os realizados por Walter Benjamin nos anos 1930 (ou seja, meio século antes) e Marshall McLuhan nos anos 1960. Benjamin, por exemplo, publicou em 1936 o artigo *A obra de arte na era de sua reprodutibilidade técnica*, em que defende de forma pioneira a ideia de que produtos artísticos como o cinema, que por definição depende de suporte técnico de reprodução, podem proporcionar novas possibilidades de percepção estética. Três décadas depois, McLuhan foi ainda além, tomando “os meios de comunicação como extensões do homem” e lançando mão de um conceito como “o meio é a mensagem”, procurando enfatizar que um determinado conteúdo simbólico não existe isoladamente como tal, e sim é condicionado pelo suporte material que o armazena e veicula.

Nas palavras de Fabrício Silveira,

É McLuhan quem irá dizer, por exemplo, que a principal consequência ou repercussão dos meios de comunicação tem muito pouco a ver com o nível das opiniões e dos juízos emitidos e muito mais a ver com o nível das experiências sensíveis e das estruturas de percepção que elas tipificam (2013, p.28).

É precisamente este o principal postulado dos estudos das materialidades da comunicação. Os sentidos, os significados, os conteúdos, não se dão por si só, sendo na verdade configurados pelas condições materiais em que se encontram, pelos suportes com que são mediatizados. Trata-se, em resumo, das “condições materiais que possibilitam a emergência do sentido” (SILVEIRA, 2013, p.27). No entanto, a ênfase nos sentidos, os estudos dos significados, as “análises de conteúdo”, aparecem em primeiro plano nas pesquisas em comunicação e em ciências humanas em geral, em detrimento dos significantes, das formas. O que as materialidades da comunicação se propõem a fazer é atribuir o devido valor a esses aspectos materiais relegados a um segundo plano, no sentido de demonstrar

como eles atuam na configuração dos conteúdos simbólicos em geral. E isso passa, necessariamente, por evitar tanto quanto possível o ato interpretativo, em uma oposição deliberada a uma postura unicamente hermenêutica, calcada na interpretação. O que, aliás, seria impossível, na medida em que “toda a comunicação depende de meios materiais que não podem nem devem ser desconsiderados” (FIGUEIREDO, 2014, p.28).

Que os atos comunicacionais envolvam necessariamente a intervenção de *materialidades*, *significantes* ou *meios* pode parecer-nos uma idéia já tão assentada e natural que indigna de menção. Mas é precisamente essa naturalidade que acaba por *ocultar* diversos aspectos e consequências importantes das materialidades na comunicação – tais como a idéia de que a materialidade do meio de transmissão influencia e até certo ponto determina a estruturação da mensagem comunicacional (FELINTO, 2001, p.3).

Trata-se de “focalizar, portanto (ou de tentar focalizar, até onde for possível), o significante, independentemente de seus significados” (SILVEIRA, 2013, p.27).

Nosso fascínio fundamental surgiu da questão de saber como os diferentes meios – as diferentes “materialidades” - de comunicação afetariam o sentido que transportavam. Já não acreditávamos que um complexo de sentido pudesse estar separado da sua *medialidade*, isto é, da diferença de aspecto entre uma página impressa, a tela de um computador ou uma mensagem eletrônica. Mas ainda não sabíamos muito bem como lidar com essa interface de sentido e materialidade (GUMBRECHT, 2010, p.32 *apud* SILVEIRA, 2013, p.29).

Entretanto, esses estudos não defendem a erradicação completa da hermenêutica. Muito pelo contrário. “Na verdade, para Gumbrecht, a priori, na maioria dos casos não há oposição entre o material e o hermenêutico – e a opção por um dos dois pontos de vista é justamente uma das críticas do autor aos estudos focados no sentido”, e ainda assim “não são raras as afirmações de que as análises calcadas nas materialidades fazem justamente o que criticam: polarizar a relação entre hermenêutico e material (FIGUEIREDO, 2014, p.29).

Assim como chegou a acontecer com os estudos de McLuhan, o conceito de materialidades da comunicação pode dar a impressão de incentivar um certo “determinismo tecnológico”. Mas a própria atuação das formas materiais nos conteúdos simbólicos demonstra, por si só, que as tecnologias não são estanques, e sim atreladas a sociedades e culturas, a épocas e locais. O caráter histórico e subjetivo das materialidades da comunicação é evocado por Erick Felinto para diferenciar o conceito do de cibercultura, este sim fortemente associado ao determinismo tecnológico, quando diz que, “se a retórica da *early cyberculture* foi caracterizada pelos sonhos de desmaterialização e virtualização, muitas leituras mais recentes preferem destacar a importância do corpo, do toque e das sensações em

nossa interação com as novas mídias” (2011, p.6). A subjetividade também é destacada por Adriana Amaral, que evoca Antoine Hennion ao dizer que, “para o autor, o gosto não pode ser desvinculado das materialidades e suportes pelos quais eles circulam e aos modos pelos quais esses objetos nos afetam” (2014, p.3).

Para contemplar a interação entre tecnologia e corpo, os estudos das materialidades da comunicação tomam emprestado – de Humberto Maturana e Francisco Varela – o conceito de acoplagem, que diz respeito justamente a interação entre dois sistemas. Por exemplo, alguém que está navegando em um site de rock e acessando músicas indicadas em algum texto veiculado nesse mesmo site. De acordo com Felinto, “essa interação engendra um *ritmo* que é peculiar à coordenação entre os dois sistemas” (2001, p.11).

Ao abordar aspectos históricos do desenvolvimento das tecnologias (máquinas) e da relação dos sujeitos (corpos) com elas, o conceito de materialidades da comunicação vai justamente na contramão do conceito de “novo”, mostrando que dispositivos atuais trazem consigo características de artefatos anteriores – o que vale também para as formas como o homem manipula os mesmos. Em mais um contraponto com a cibercultura, Felinto lembra que, “como já se apontou diversas vezes, toda mídia foi 'nova' em certo momento de sua história” (2011, p.10).

Enquanto produtos midiáticos que têm como suporte a internet, sites de rock trazem textos que abordam discos ou músicas que podem ser acessados de imediato em outros sites, cujos links para os áudios (acompanhados de vídeo ou não) seguidamente são incluídos nos próprios textos dos sites de rock, dispensando o usuário de abrir outras abas em seu navegador. Todos esses sites, sejam eles voltados à veiculação de conteúdo jornalístico sobre rock (notícias, reportagens, resenhas e entrevistas) ou destinados a download e/ou streaming de áudio e/ou vídeo, são produtos digitais que se *materializam* em um mesmo suporte físico (hardware), o computador, seja ele um PC, notebook, tablet ou smartphone.

Essa lógica, de certa forma e até certo ponto, pode ser aplicada também às revistas impressas. Apesar de não pertencerem ao *suporte físico* do computador e ao *suporte midiático* da internet, as revistas podem se beneficiar de ambos. Quando o leitor de uma revista tem a seu lado um computador, ele pode procurar, em sites de download e/ou streaming de áudio e/ou vídeo, músicas ou discos referidos nas páginas da mesma. Algo impensável há cerca de 20 anos atrás, em que determinados discos mencionados em uma revista só poderiam ser obtidos através da importação, que demorava semanas ou mesmo meses, sem falar nos gastos. O mesmo valia para a obtenção de outras fontes de informação a respeito, a exemplo de revistas importadas. E, evidentemente, leitura e audição eram realizados em suportes distintos

(respectivamente, revistas e aparelhos de som), e portanto se davam de forma bem menos integrada e articulada.

Cabe observar, também, que as *condições materiais de uso* da internet, no que diz respeito especificamente ao consumo de música, apresentam uma diferença fundamental com relação aos dois meios de comunicação de massa que a precederam, o rádio e a televisão. Fazendo uso obrigatório de um suporte físico de um computador ou assemelhado, que apresenta tela pequena e som limitado, seguidamente contando com o complemento material do fone de ouvido de forma a suprir essa limitação sonora, a internet privilegia uma *apreciação individual* de vídeos e áudios musicais. Diferentemente de rádio e televisão, que apresentam respectivamente potência de som e tela grande, e possibilitando portanto a efetivação de uma *apreciação coletiva* – e, arriscaria dizer, mais propriamente “massiva”. Até é possível na internet uma apreciação coletiva, na medida em que o usuário (internauta) pode comentar, curtir, compartilhar ou simplesmente divulgar, mas aí o que temos é uma *apreciação coletiva não presencial*.

Curiosamente, o rádio e a televisão eram mais propriamente “coletivos” em seus respectivos primórdios, quando possuíam menos qualidade e potência de áudio e menos resolução e amplitude de imagem, e de quebra eram grandes e pesados, não sendo exatamente portáteis. Essa falta de portabilidade dos aparelhos, somada sobretudo ao fato de que ainda não haviam barateado e se popularizado, faziam com que, em determinadas ocasiões, pessoas de um quarteirão inteiro se dirigissem à residência de quem possuía o único aparelho disponível na localidade. Assim como aconteceu com rádio e televisão, computadores foram se tornando menos espaçosos e mais eficientes. Com a diferença de que, através de dispositivos como HDs externos e pendrives ou da própria internet, passou a ser possível o armazenamento em suporte digital de produtos midiáticos anteriormente armazenados apenas em suportes físicos como livros, LPs, CDs, DVDs e fitas VHS. Essas materialidades digitais, portanto, configuram uma simultânea compressão e descompressão do espaço, em que podemos ter, por exemplo, uma discoteca inteira condensada em um pendrive, o que faria com que ao mesmo tempo sobrasse mais espaço em prateleiras, estantes e na própria peça da casa que originalmente abrigava os discos.

3. ESTUDOS DE SOM

Os estudos de som consistem basicamente em esforços empreendidos nas últimas duas décadas por pesquisadores oriundos de diversos campos de conhecimento, apresentando

em comum a constatação de que nas atividades acadêmicas há um predomínio absoluto da cultura visual. O som acaba sendo um objeto de estudo negligenciado.

Simone Pereira de Sá reforça que os estudos de som são

Marcados por uma perspectiva interdisciplinar, que dialoga com os campos da comunicação, da sociologia e antropologia, dos estudos culturais, da geografia urbana, da musicologia, da filosofia e da história cultural; e sem pretensão a constituírem-se como um campo institucionalizado (2010, p.91).

Dentre essa diversidade de abordagens, alguns autores se destacam. Um deles é Murray Schafer e sua “paisagem sonora”. Através dessa noção, que faz uso de uma palavra (paisagem) que remete fortemente a algo mais fortemente visual, o autor demonstra todas as dificuldades enfrentadas pelos estudos de som, já que a fotografia de uma paisagem é muito mais imediata e completa do que a captura da mesma paisagem por microfones, que “capta pormenores e atua por amostragem” (SÁ, 2010, p.94), e portanto não tem como dar conta do todo. Ainda mais difícil é o acompanhamento das modificações de uma paisagem sonora ao longo do tempo, pela falta de registros, que por sua vez é acentuada pela dificuldade em registrar.

Assim, por comparação entre duas fotos de décadas diferentes, podemos perceber a mudança arquitetônica de um bairro; mas torna-se mais rara a experiência de comparação de registros acústicos de sons de um mesmo ambiente em momentos distintos ou dos sons que foram alterados ou desapareceram (SÁ, 2010, p.94).

A partir daí, o autor vai lançar mão de categorias para a captura de uma paisagem sonora (sons fundamentais, sinais e marcas sonoras) e chegar a interessantes resultados de pesquisa. Estudos que serão aperfeiçoados por Emily Thompson, que propõe a transposição das “paisagens sonoras” para contextos menos ecológicos e mais culturais e tecnológicos.

Mas o autor cujos estudos parecem ser os mais produtivos para o universo de revistas e sites de rock que eu estou me propondo a pesquisar é Jonathan Sterne. Em sua obra *The Audible Past*, ele demonstra que não foi a invenção dos aparelhos de gravação e reprodução de som que trouxe novos condicionamentos para a audição humana, e sim foi condicionada por esta. Essa inversão de perspectivas foi obtida por Sterne a partir de seu resgate do fonógrafo, máquina de captura da inscrição de ondas sonoras desenvolvida por Leon Scott em 1857 e que tomava por base o ouvido humano, que no caso foi “extraído de um cadáver e acoplado a uma engenhoca, a fim de entender 'como o ouvido funciona' e produzir

registros visíveis desse funcionamento, com fins de ser quantificado, medido, registrado e abstraído” (SÁ, 2010, p.101).

Esse esforço de isolamento – literal – do som, simulação e mecanização da escuta do ouvido humano e delegação dessa mesma escuta a um aparelho, segundo Simone Pereira de Sá,

produziu uma mudança de entendimento sobre o sentido da audição e da relação do som com os corpos. A partir de então – e dentro da doutrina mais ampla de especialização e separação dos sentidos – o som deixa de ser resultado somente da voz e passa a ser entendido como produto do excitação do nervo auditório do tímpano, que capta e traduz as vibrações, chamado de “princípio timpânico” (2010, p.101).

É justamente esse princípio timpânico que constitui a base de todos os aparelhos sonoros surgidos posteriormente. Estetoscópio, telégrafo, fonógrafo, gramofone, microfone, caixas de som, todos os dispositivos de registro e reprodução do áudio, dos mais arcaicos aos mais atuais, seja na medicina, na telefonia ou na música, todos fazem uso do princípio timpânico. Este é o ponto de partida para a caracterização de como se dá a escuta nos tempos atuais, proporcionando os contextos e condições sociais e culturais que solicitarão o surgimento dos aparatos de gravação e reprodução do som, o qual adquiriu assim a condição de objeto de conhecimento.

O mesmo Jonathan Sterne aponta que fenômeno semelhante aconteceu no próprio universo das mídias digitais, mais especificamente com o mp3, formato de áudio digital que, para além da compactação de dados, trata de eliminar vários deles, resultando em arquivos extremamente leves – cerca de 10 vezes mais leves do que uma música de um CD. Para tanto, o mp3, enquanto tecnologia de contêiner, faz uso de princípios psicoacústicos para presumir as frequências sonoras que o ouvido humano não é capaz de captar, seja as redundantes ou as excessivamente altas ou baixas, e acaba antecipando a atividade seletiva que seria naturalmente feita pelo sentido da audição. Por exemplo, ao executar, em um LP que apresenta alguns chiados, uma música de heavy metal que inicia com um dedilhado suave de violão e na sequência surgem as guitarras distorcidas, bateria martelada, baixo pulsante e vocal urrado, os chiados só serão ouvidos na parte do dedilhado, mas correspondem a uma informação sonora que faz parte da faixa como um todo. São precisamente essas frequências, que o ouvido humano não tem condições de captar, que desaparecem de um arquivo mp3, tornando-o mais leve. Isso, por sua vez, exige do cérebro humano a atividade de “completar”

as lacunas sonoras promovidas pelo mp3 e capturadas pelo ouvido. Essa desnaturalização das funções auditivas humanas configura o mp3 como um artefato cultural.

Por mais que consiga manter o máximo possível da qualidade de áudio em arquivos os menores possíveis, o mp3 é criticado por sua falta de fidelidade sonora. Mas Sterne observa que a principal característica do mp3 não é a fidelidade, e sim a portabilidade, razão pela qual se deu a sua popularização. A respeito desta, Sterne chama a atenção para o seguinte aspecto: “embora o mp3 exista enquanto software, as pessoas tendem a tratá-los como objeto (e, de fato, o argumento aqui é que nós devemos analisá-los como artefatos), talvez porque elas estejam acostumadas a manusear discos enquanto coisas físicas” (2010, p.74). Enfim, típica tensão entre o material e o digital, entre o “novo” e o que lhe é anterior.

Pode-se perceber, dessa forma, que os estudos de som encontram-se em linha direta com o conceito de materialidades da comunicação, na medida em que ambos questionam o “determinismo tecnológico”, demonstrando que os “novos” materiais apresentam elementos – e inclusive modos de uso – de dispositivos anteriores, e que as tecnologias se desenvolvem historicamente, condicionadas por determinadas conjunturas sociais e culturais. É claro que alguns desses elementos até podem ser realmente novos, mas a maioria é resultado de conhecimentos desenvolvidos em tempos passados.

No contexto específico da internet, a própria audição musical em si pode se dar no mesmo ecossistema abrigado pelo suporte físico do computador. E eu nem estou entrando dos méritos da qualidade (ou falta de) da reprodução sonora, pois em sites de download e/ou streaming há muito material cuja resolução é bem aceitável, sem falar na existência de fones de ouvido capazes de compensar – ou seria iludir? – a precariedade dos alto-falantes do computador. De qualquer forma, esses são elementos que fazem parte da atividade de *escuta* musical através do computador. Lembrando que o próprio áudio digital – em mp3 ou outros formatos de arquivo – se *materializa* no computador, assume o “corpo” do mesmo.

E somam-se a esses elementos as várias opções de sites em que se pode navegar enquanto se ouve determinada música ou disco. Trata-se de uma forte concorrência ao áudio, sobretudo quando os sites acessados não possuem qualquer relação com o que se escuta, o que pode relegá-lo a um mero fundo musical. Aliás, a própria escuta pode se dar de forma literalmente randômica, com músicas programadas para serem veiculadas aleatoriamente, como que em uma emissora de rádio. E mesmo quando os conteúdos têm relação direta com o conteúdo sonoro veiculado pelos fones de ouvido, a realização simultânea de audição e leitura pode fazer com que uma interfira na outra. Nesse caso, o ouvinte deixaria passar despercebido

alguns elementos (informações) presentes no áudio. Essa desconcentração poderia se aplicar também à leitura.

Outro componente cultural da escuta de música nesse contexto de mediação totalmente realizada pelo computador diz respeito à predominância do consumo de músicas avulsas ou de discos inteiros. Essas duas alternativas não são necessariamente excludentes. A segunda denotaria o quanto o imaginário do conceito de álbum ainda se faz presente. Já no caso da anterior, caberia uma pergunta: até que ponto uma eventual predileção pelo consumo de músicas avulsas se refletiria no conteúdo jornalístico de revistas e sites de rock?

4. ARQUEOLOGIA DAS MÍDIAS

Em sintonia com as materialidades da comunicação e os estudos de som, o conceito de arqueologia das mídias se preocupa fundamentalmente com a necessidade de contextualização histórica do desenvolvimento dos produtos e suportes de comunicação, bem como suas consequências sociais e culturais. Igualmente questiona a abordagem da técnica pela técnica, como se as inovações surgissem do nada. Um dos principais representante dessa corrente de estudos, Sigfried Zielinski questiona inclusive a distinção entre mídias digitais e analógicas. Nas palavras de Fabrício Silveira, “o que Zielinski tenta mostrar é que muitas das características que a gente vê hoje, na cultura digital, na verdade não são de hoje, mas têm um processo de maturação que ele procura pontuar. Para este autor, especificamente, essa distinção tão marcada entre digital e analógico não tem muito sentido” (2011, p.18).

Zielinski se propõe à realização de uma atividade literalmente arqueológica, resgatando objetos que se perderam no tempo para contar uma história da mídia a partir do que não vingou, não deu certo. Por ser contada através de resgates, trata-se de uma história não-linear, repleta de continuidades e rupturas. E mergulha fundo na história, de forma a poder contar um “tempo profundo da mídia.

Não aceitamos a ideia de que a mídia tenha sido inventada no século XIX com o advento da fotografia, telefonia e cinematografia, ou seja, que a mídia seja resultado da industrialização. Os meios de comunicação têm uma história muito mais longa, que remonta às chamadas altas culturas dos períodos bizantino, chinês, indiano, sul-americano ou helenístico (ZIELINSKI, 2011, p.8).

Porém, cabe salientar que a arqueologia da mídia pode ser tomada em um sentido não necessariamente “arqueológico”, e mais propriamente histórico. Francisco Rüdiger

considera que “o emprego da expressão arqueologia, no fenômeno em foco, é, sobretudo, metafórico” (2011, p.14). Para ele, arqueologia da mídia seria

um método de estudo da história, em que as técnicas de comunicação são iluminadas pela cultura e o imaginário social de cada época, em que se pesquisam as conexões, mas também as rupturas, as continuidades e esquecimentos do processo em que os fenômenos de comunicação, seus meios sobretudo, vão se formando e entrelaçando com outros processos e estruturas coletivas (RÜDIGER, 2011, p.14).

A própria distinção envolvendo músicas avulsas e discos inteiros – mencionada no capítulo anterior, sobre estudos do som – remete a formatos e suportes físicos anteriores do som, a exemplo do compacto (simples ou duplo) ou single em oposição ao LP, fita K7 e CD. Oposição que só foi surgir a partir dos anos 1950, pois até então só existiam os discos em 78 rotações por minuto, com 1 música de cada lado. Só depois surgiu o LP, em rotações menores (45 e 33), o que possibilitou o aumento da quantidade de faixas em cada lado, ainda mais com o aumento de 10 para 12 polegadas. A fita K7 também manteve essa estrutura de 2 lados. Já o CD trouxe uma estrutura de lado único, mas em compensação é capaz de abrigar mais tempo de duração. Somados às transformações dos aparelhos reprodutores de discos, da indústria fonográfica, dos produtos de mídia especializada (ex: revistas e encartes de jornais), das emissoras de rádio e dos suportes midiáticos em geral (televisores e aparelhos radiofônicos), temos aí elementos para uma *arqueologia* das mídias que *exerce sua influência na configuração atual das revistas e sites de rock e da indústria do entretenimento musical como um todo*.

E vale lembrar, por exemplo, uma situação que pode ser observada no Youtube. Em seus primeiros anos, só era possível a postagem de vídeos de no máximo 10 minutos de duração. A partir de um dado momento, essa limitação foi rompida, e o Youtube passou a disponibilizar vídeos de horas de duração – lembro de ter visto isso pela primeira vez em meados de 2011. Isso possibilitou a postagem de filmes inteiros ou edições completas de programas televisivos, entre outros tipos de produtos audiovisuais, sem necessidade de fracionamento em várias partes. E possibilitou, também, a disponibilização de discos inteiros. Ou melhor, inteiros, pois são postados sem divisão por faixas. Essa divisão é feita apenas através de marcadores, o que já resolve para quem for ouvir o álbum diretamente no Youtube, mas pode representar um trabalho a mais para quem quer baixar o disco em arquivo de áudio através de algum software de download de vídeos, na medida em que, caso o usuário queira as faixas em separado, terá ainda de fazer uso de algum software de edição de áudio para dividi-las. Mas enfim, cabe a pergunta: a disponibilização de álbuns inteiros e sem divisão de faixas

em um site de streaming como o Youtube não representaria um estímulo ao consumo de discos na íntegra e não apenas de músicas avulsas?

Seja como for, cabe mencionar aqui um outro ponto de vista envolvendo a arqueologia da mídia, trazido por Simon Reynolds, para quem os avanços tecnológicos que possibilitaram a digitalização de conteúdos midiáticos gerou paradoxalmente uma “retromania”, uma obsessão pelo passado que, segundo ele, paralisa o movimento para a frente em busca do futuro. O autor aponta ainda um colecionismo exagerado, um verdadeiro “mal de arquivo”, vários gigabytes armazenados, muitos dos quais nunca serão novamente acessados. Nas palavras de Fabrício Silveira,

Hoje, somos tecno-nostálgicos contumazes. Temos milhares de músicas armazenadas num iPod! Temos uma discografia completa num único *cd box*! Quase tudo está à disposição nas várias plataformas de compartilhamento *peer to peer*! Nossos *pendrives*, nossos HDs externos guardam repertórios inteiros, enormes acervos de imagens, vídeos e músicas. Mas a possibilidade de imobilizar o passado num banco de dados, de guardá-lo e acessá-lo muito facilmente, a qualquer momento, quando bem entendermos, estaria inviabilizando sua dinamização produtiva real (2013, p.36).

5. CONCLUSÃO

A partir do conceito de materialidades da comunicação, e contando ainda com o auxílio de outros dois conceitos que lhe são bem próximos (estudos de som e arqueologia das mídias), procurei fazer algumas associações com revistas e sites de rock, de forma a vislumbrar alguns elementos da configuração material desses produtos simbólicos. Mesmo em sites, é possível perceber seus elementos analógicos e suas características herdadas de meios e suportes anteriores. Da mesma forma, a leitura de uma revista torna-se bem diferente quando acompanhada de um computador com internet para a busca de informações e referências – quando não a própria música ou álbum – sobre o que está sendo lido nas páginas de papel. São as tensões entre o material e o digital atuando na configuração desses produtos, e que levam em consideração também o desenvolvimento histórico de dispositivos midiáticos relacionados à música e à informação musical, bem como a contextualização das condições sociais e culturais que permearam o surgimento de tais dispositivos, em um processo contínuo – e repleto de rupturas.

As articulações entre conceitos teóricos e objetos empíricos apresentadas neste artigo correspondem ao que me parece ser possível levando-se em conta o estágio ainda bastante

inicial de uma proposição que busca analisar de que forma revistas e sites brasileiros de rock lidam, seja em termos discursivos ou estruturais, com a reconfiguração da indústria do entretenimento musical vivenciada nos anos 2000. A partir do momento em que se consolidarem desdobramentos dessa problematização na forma de outras perguntas, bem como definições mais refinadas do recorte da pesquisa e de horizontes teóricos e metodológicos mais perceptíveis (enfim, quando a pesquisa se encontrar em um estágio de desenvolvimento mais avançado), essas mesmas articulações poderão ser melhor exploradas e destrinchadas. Acredito que poderão surgir novas possibilidades nesse sentido, da mesma forma que ficarão mais claras as possibilidades de uso e aplicação desses conteúdos, em que alguns deles estabelecerão vínculos efetivos com o que será pesquisado e outros serão simplesmente descartados.

6. REFERÊNCIAS

AMARAL, Adriana. **Manifestações da performatização do gosto nos sites de redes sociais:** uma proposta pelo olhar da cultura pop. Revista Eco-PÓS, Rio de Janeiro, v.17, n.3, 2014.

FELINTO, Erick. **Cibercultura:** ascensão e declínio de uma palavra quase mágica. Revista E-Compós, Brasília, v.14, p.1-14, 2011.

FELINTO, Erick. **Materialidades da comunicação:** por um novo lugar da matéria na teoria da comunicação (2001). Disponível em: <<http://www.uff.br/ciberlegenda/ojs/index.php/revista/article/view/308>>. Acesso em: 21 jul. 2015.

FIGUEIREDO, Diego Reck. **Interação em trânsito:** jornalismo para dispositivos móveis. Dissertação – Mestrado em Comunicação, Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação, Universidade do Vale do Rio dos Sinos, São Leopoldo, 2014.

REVISTA IHU Online. **Arqueologia da mídia:** um passado presente. Edição 375, 03/10/2011. Disponível em: <<http://www.ihuonline.unisinos.br/media/pdf/IHUOnlineEdicao375.pdf>>. Acesso em: 22 jul. 2015.

SÁ, Simone Pereira de. A trilha sonora de uma história silenciosa: som, música, audibilidades e tecnologias na perspectiva dos Estudos de Som. In: SÁ, Simone Pereira de (org.). **Rumos da cultura da música:** negócios, estéticas, linguagens e audibilidades. Porto Alegre: Sulina, 2010.

SILVEIRA, Fabrício. **Rupturas instáveis:** entrar e sair da música pop. Porto Alegre: Libretos, 2013.

STERNE, Jonathan. O mp3 como um artefato cultural. In: SÁ, Simone Pereira de (org.). **Rumos da cultura da música**: negócios, estéticas, linguagens e audibilidades. Porto Alegre: Sulina, 2010.