

Ouvindo números: o mito da transparência nas tecnologias digitais

José Cláudio Siqueira Castanheira

RESUMO

Este trabalho tem a intenção de investigar as mudanças na escuta musical desde o surgimento de processos de inscrição como o fonógrafo e, posteriormente, a gravação magnética analógica e sua reprodução em fitas cassete e discos de vinil. Penso também o processo de digitalização da música e sua reprodução em mídias que, aparentemente, apresentam uma maior transparência. Entendo essa “transparência” como uma tentativa de esconder as materialidades das mídias, ignorando um forte apelo sensorial na relação entre equipamentos e usuários. Considero o ruído como um dos elementos presentes e indispensáveis em nossa relação com os diversos meios, criador de sentidos que se projetam para além do textual.

PALAVRAS-CHAVE: Música. Mídias sonoras. Tecnologias digitais. Transparência.

A gravação elétrica é o maior avanço na arte da gravação em 20 anos. Os discos do Novo Processo de gravação da Columbia, com Gravação Viva-tonal, são absolutamente iguais às vozes e instrumentos originais. Eles têm toda a beleza, o brilho e a clareza da execução original, e também todo o volume. A voz humana é humana – natural, sem distorções. Os instrumentos são todos reais. Anúncio da Companhia Fonográfica Columbia, no New York Times, setembro de 1926

1 Introdução

O anúncio publicado no *The New York Times*, em setembro de 1926, citado por Hans Ulrich Gumbrecht em seu livro *Em 1926: vivendo no limite do tempo*, demonstra um anseio que está longe de ter uma resposta: o da autenticidade. Essa procura pelo caráter genuíno da experiência ainda pauta muitas das nossas práticas. Em algumas caixas de CDs de uma das primeiras fábricas brasileiras (e da América Latina) de mídias digitais podemos ler: “o puro som da alta tecnologia”. O discurso mudou pouco.

A relação entre pureza e tecnologia está na base de um pensamento moderno de valoração do conhecimento objetivo, científico. Mesmo percebendo que o homem já não pertence mais a um “mundo natural” exclusivamente, essa aceção não cansa de se valer de características como **puro** e **crystalino**, presentes em uma idéia de condição original do humano. Também vemos aqui, imbricada, a lógica de uma tecnologia crescente. Objetividade, correção e precisão são novos atributos desse discurso.

A transformação de uma fruição estética em um objeto vendável também tem papel relevante na definição dos processos analíticos de produção e distribuição. De certa forma houve a necessidade de que essa experiência se transportasse do âmbito do corpo do ouvinte para outro corpo, o de uma mercadoria quantificável. Da mesma forma que as tecnologias de gravação e reprodução sonora foram importantes para o estabelecimento de um espaço sonoro privado, como mostra Jonathan Sterne, também essas mesmas tecnologias tiveram a pretensão de uniformizar a forma de ouvir. (STERNE, 2003) A relação do ouvinte com a **música**, assim pensada de maneira abstrata, deu lugar a uma relação com as diferentes materialidades que se apresentavam e com cada dificuldade, cada ruído, que elas engendravam. Nesse sentido, a escuta ganha uma autonomia, não está submetida a uma idéia original da obra, mas, antes, constrói uma leitura particular desta.

Minha proposta, neste artigo, é a de pensar alguns desses processos de autonomização da escuta diante do surgimento da inscrição sonora. A partir da definição, por Michel Chion, de três grandes mitos tecnicistas – o da alta fidelidade, o da reprodução e o do controle –, pretendo mostrar como essa idéia de transpa-

rência da gravação sonora (idéia que pode ser aplicada também à imagem) se estabeleceu e como ela se comporta em tempos de mídias digitais, quando reduzimos a informação pura quaisquer procedimentos de comunicação.

Chion nos diz que o disco e o rádio fizeram com que a música passasse a existir mesmo sem a presença real dos executantes ou dos ouvintes. Como que para confirmar essa idéia, cito um trecho do livro de Gumbrecht a respeito do anúncio do New York Times:

O anúncio da Companhia Fonográfica Columbia prende a atenção do leitor com múltiplas tautologias que tentam negar qualquer diferença entre o som original e a reprodução tecnologicamente avançada. Considerados em conjunto, este elogio da “gravação elétrica” e a nova consciência que os intérpretes têm da distância que os separa de seu público formam um estranho paradoxo: quanto mais os artistas se tornam visualmente conscientes da distância entre eles e seu público, menos os ouvintes se dão conta de que a ausência dos intérpretes tem conseqüências acústicas. Em outras palavras, quanto mais ausentes estão os corpos dos músicos, mais presente está sua música. É este o efeito que a pianola vinha prenunciando há anos. O movimento misterioso de suas teclas aponta para um corpo que está simultaneamente ausente e presente. (GUMBRECHT, 1999, p. 172)

Afinal, como no próprio logotipo da RCA Victor, onde um cão escuta a voz de seu dono reproduzida em um gramofone (“*his master’s voice*”), mesmo seu melhor amigo pode ser substituído por um simulacro.

2 A máquina e a obra

Em sua investigação sobre as relações entre música e máquina, Chion aponta três grandes mitos elaborados por um discurso contemporâneo sobre as tecnologias musicais. Seriam eles: o mito da alta fidelidade, o mito da reprodução e o mito do controle.

Antes de qualquer coisa, e é a essa conclusão que ele chega ao final do seu livro, a relação simbólica da música com a máquina é mais antiga do que podemos pensar. Ele define as instâncias do automatismo, da regularidade e da repetição como elementos definidores de uma natureza maquínica que qualquer manifestação musical guarda de antemão:

Fundamentando-se em grande parte no automatismo, na regularidade e na repetição, a música, quando encontra a máquina, encontra-se a si mesma, vista sob determinado aspecto – tal como o homem, encontrando o robô ou o computador, se encontra a si mesmo sob um certo ângulo. Assim, a “maquinização” da música – apaixonante e terrível aventura – ainda não acabou. (CHION, 1997, p. 126)

Antes, porém, de entrarmos mais profundamente nessa questão, tenhamos em mente algumas considerações sobre esses mitos tecnicistas.

Por mais que discussões atuais a respeito do caráter de remediação e de arranjos midiáticos na cultura massiva apontem para

uma não clareza sobre o papel das novas tecnologias digitais na produção e no consumo de produtos culturais, creio que podemos entrever um jogo de discursos de naturezas bastante diferentes.

Percebemos o quanto a afirmação de Benjamin a respeito do fim da **aura**, quando da possibilidade da reprodutibilidade técnica, é, ainda, procedente. Principalmente em tempos onde a coisa mais fácil, e talvez mais comum na cultura massiva, seja a reprodução técnica perfeita. A cópia, absolutamente indiferenciada do original, não é mais uma idéia distante e sim uma ação cotidiana. Talvez até por isso tenha modificado (ou esteja modificando) a relação entre produtor e consumidor.

Apesar dessas mudanças, ainda encontramos um tipo de pensamento em que o original é sobrevalorizado. Ainda produz-se **aura** nos níveis mais distintos. Desde o grande artista de renome até as manifestações culturais mais de nicho, nos dizeres de Sarah Thornton, mais subculturais. (THORNTON, 1996).

Por mais antiquado que possa parecer imaginar a transcendência da experiência estética, devemos pensar em como resquícios dessa necessidade de pensar um *status* único e atemporal da obra de arte ainda norteia muitas das nossas práticas culturais. Atendo-se a todos os senões possíveis, vejamos e questionemos o quanto ainda procede da afirmação: “os momentos de encantamento demonstram-se irreconciliáveis com a constituição imanente da obra de arte, e esta última sucumbe àqueles toda vez que a obra artística tenta elevar-se para a transcendência.” (ADORNO, 1989, p. 82) Considerando aqui, no pensamento de Adorno, os **momentos de encantamento** como característicos de uma música (leia-se arte) ligeira, banal, não séria.

Essa preocupação com a música definitiva, contraposta às suas reproduções ou distorções, surge no texto de Chion quando ele diz: “verificamos uma interação dos *media* com os modos anteriores de comunicação musical: não os suprimiram (o concerto continua a existir) antes os sobrevalorizaram, ao mesmo tempo que concorriam com eles.” (CHION, 1997, p.109) Contudo, ele alerta: “subsistirá sempre uma parte de mito sobre a ‘música perdida’ – mito muito arcaico, que as máquinas dos nossos dias tornam mais atual.” (CHION, 1997, p. 121)

3 O mito da alta fidelidade e o mito da reprodução

O primeiro mito tecnicista, o da alta fidelidade, encontra seus primeiros percalços na definição do objeto a ser reproduzido. O que deve ser, necessariamente, inscrito, registrado? De que forma podemos atribuir ao registro uma qualidade de reprodução fiel do registrado?

A dita fidelidade é uma construção passível de modificações e que abrange uma faixa bastante generosa de possibilidades.

Convém aqui pensar em como alguns teóricos, principalmente aqueles que trabalham as materialidades da comunicação, pensam a questão técnica. Friedrich Kittler percorre um caminho, talvez excessivamente tecnicista, onde as mídias têm que ser pensadas com maior rigor científico, priorizando uma investigação essencialmente tecnológica. As relações entre corpo e meio como processamento de dados em vez de “avaliá-los do ponto de vista do uso social.” (KITTLER, 1999, p. xiv, tradução nossa).

O que distingue os métodos de processamento de dados da era pós-Gutenberg do antigo monopólio de armazenamento e transmissão alfabética é o fato de que eles não mais dependem da *mediação simbólica* e sim da inscrição, na forma de luz e ondas sonoras, *efeitos do real* visuais e acústicos. (KITTLER, 1999, xxvii-xxviii, tradução nossa).

O objeto, assim pensado, adquire um status e um rigor científico que pretende oferecer um olhar privilegiado e **correto** sobre a escuta. O que se quer pensar aqui é como essa idéia de “correção” e de fidedignidade está sujeita a mudanças, não apenas segundo novos padrões tecnológicos, mas também segundo as apropriações históricas dessas tecnologias.

Com uma postura menos assertiva, Lisa Gitelman apresenta opiniões próximas das do teórico alemão. Ela vê a “[...] inscrição mecânica como [fator] integrante (apesar de não único) do clima de representação que surgiu ao final do século XIX e dominou o século XX. (GITELMAN, 1999, p. 2, tradução nossa).

De fato, Kittler, ao comparar os novos modos de inscrição surgidos então – a saber: a máquina de escrever, o filme e o fonógrafo – com a categorização lacaniana do simbólico, do imaginário e do real, atribui ao fonógrafo a identificação com o real. Enquanto a máquina de escrever lida com os signos lingüísticos abstraídos de uma *performance* corporal, reduzidos à sua materialidade e tecnicidade, sendo, portanto, do âmbito do simbólico; o filme funcionaria como um espelho, onde a imagem seria um reflexo da ordem do imaginário. O fonógrafo, por registrar tudo, independente da vontade do sujeito, seria uma aproximação com o real. O real “[...] forma a perda ou o resíduo que nem o espelho do imaginário, nem o sistema do simbólico podem aprisionar: os acidentes fisiológicos e a desordem estocástica dos corpos.” (KITTLER, 1999, p. 15-16, tradução nossa).

Com certeza, essa impossibilidade de redução das imagens e dos sons captados a uma dimensão imediatamente textual favoreceu esse *élan* de proximidade com o real. Entretanto, não modifica o fato de que essas tecnologias devem ser encaradas como “[...] produtos recíprocos de práticas textuais, em vez de apenas agentes causais de mudanças.” (GITELMAN, 1999, p. 2, tradução nossa).

Mesmo em relação a questões puramente técnicas, podemos perceber que os aparatos nos dão respostas diferentes em situações e épocas distintas e as quais consideramos “fidedignas”. Supondo que, em pouco mais de oitenta anos, o aparelho auditivo ou determinadas redes neurais não tenham mudado significativamente (no sentido estritamente biológico), poderíamos perceber uma certa incoerência ao compararmos o anúncio dos primórdios da gravação elétrica exposto no *The New York Times* (início do texto) e o marketing da empresa fabricante de CDs, já nos anos 2000. Qual deles é realmente um som puro? Qual melhor expressa uma proximidade com o **real**?

Obviamente não há resposta para essas questões, ou, antes, a resposta não está nos aspectos técnicos. Os modos de escuta são outros, o ouvinte de cada uma dessas épocas (se é que podemos generalizar e falar de um único tipo de “ouvinte”, mesmo para locais e tempos delimitados) é construído juntamente com as tecnologias de inscrição.

Quando Adorno nos fala que “a fixação conservadora da obra leva à sua destruição, visto que a sua unidade se realiza apenas, precisamente, na espontaneidade, que é sacrificada pela fixação” (ADORNO, 1989, p. 92) talvez ele esteja, sem querer, repetindo uma falácia tecnicista. Ao identificar em condições técnicas motivos louváveis ou condenáveis para determinadas apropriações culturais, ele confirma um mesmo pensamento que admite a máquina como criadora das práticas sociais, um determinismo tecnológico.

Ele mesmo percebe um fetichismo da técnica, esta como produtora de um modelo de credibilidade.

O novo fetiche, neste caso, é o aparato como tal, imponente e brilhante, que funciona sem falha e sem lacunas, no qual todas as rodas engrenam umas nas outras com tanta perfeição e exatidão, que já não resta a mínima fenda para a captação do sentido do todo. [...] A interpretação perfeita e sem defeito, característica do novo estilo, conserva a obra a expensas do preço de sua coisificação definitiva. Apresenta-a como algo já pronto e acabado desde as primeiras notas; a execução soa exatamente como se fosse sua própria gravação no disco. (ADORNO, 1989, p. 92)

Adorno segue ainda chamando de “fraude cultural” todo esse procedimento que, em última instância, sufocaria a espontaneidade da obra, eliminaria os “genuínos valores da cultura”. Em suas palavras: “a racionalidade técnica hoje é a racionalidade da própria dominação” (ADORNO; HORKHEIMER, 1985, p. 100)

Podemos começar a pensar, então, o que Chion chama de o segundo mito tecnicista: o mito da reprodução. Segundo ele, as mídias não produzem música, elas a **reproduzem**. Vemos aqui um tema que sempre retorna: o da **música perdida**, corrompida pela reprodução mecânica e banalizadora da mídia. Esse tipo de pensamento, claramente adorniano, é o que vai descambar,

paradoxalmente, em um culto de comparações entre versões. O mercado se abastece de diferentes interpretações ao mesmo tempo em que um determinado movimento cunha algumas como **de referência**, as mais próximas de um original, de um autêntico absoluto. Algumas gravações seriam merecedoras de um maior respeito enquanto outras apenas versões sem importância.

Mesmo uma fala tão contrária ao caráter técnico da fixação sonora como a de Adorno, tão temerosa do fim de uma experiência sublime por conta de uma reificação do objeto cultural, revela um discurso onde a gravação era realmente tida como uma aproximação do real. Há que se ter cautela, entretanto, ao pensarmos os modos de compreender essa aproximação para cada época: “desse jeito, compreensões contemporâneas de qualquer tecnologia passada, em seus próprios termos, podem não ser fáceis, uma vez que a compreensão em si é determinada pela experiência presente da tecnologia relatada.” (GITELMAN, 1999, p. 149, tradução nossa).

E aqui chegamos novamente a um ponto onde o textual torna-se frágil (muito embora não desapareça) para descrever a experiência, uma vez que esta provém desses novos aparatos de registro. Quando afastamo-nos do domínio do visual, da interpretação simbólica, a experiência necessita de elementos materiais para se estabelecer. Na relação com esses elementos são criados novos sentidos, não previstos anteriormente pela lógica dominante.

O fonógrafo foi então concebido como um vetor privilegiado para o discurso dominante, como uma ferramenta reforçando o poder representacional e a integralidade de sua lógica. Ninguém previu a produção em massa de música: o sistema dominante apenas desejava preservar a gravação como sua representação de poder, preservar a si mesmo. (ATTALI, 2006, p. 92, tradução nossa)

4 Rótulos

Podemos pensar as novas tecnologias de inscrição como instauradoras de uma nova maneira de ouvir e uma nova maneira de consumir música. Simone de Sá aponta o fato de que a transformação da música em mercadoria teve, entre seus requisitos básicos, a separação entre composição e *performance*. Este evento “[...] é importante por sinalizar o momento em que a música torna-se *prêt-à-porter*, podendo ser apropriada, reproduzida e consumida para além do local original de sua criação, por indivíduos que não sabem tocar um instrumento.” (SÁ, 2006, p. 6)¹ A produção e o consumo passaram a se relacionar em diversos níveis da formação cultural, “[...] oportunidade econômica e complexidade associativa por um lado, e uma seleção de dependências musicais, técnicas e econômicas por outro.” (THÉBERGE, 1997, p. 242)

Essa tentativa de apropriação do objeto sonoro como mer-

■
¹Documento eletrônico.

cadoria, entretanto, é bem anterior às tecnologias digitais. Antes de pensarmos as mudanças causadas no mercado por uma total indiferenciação entre original e cópia, bem como pela facilidade de execução dessa cópia, devemos perceber como foi necessária, primeiro, a constituição de um objeto musical concreto, distinto da experiência unicamente, para sua comercialização.

Essa valorização da música se deu em oposição ao sistema feudal como um todo, em que o trabalho, propriedade absoluta do senhor, não possuía existência autônoma. Ela foi construída na forma de existência concreta, em um objeto (a partitura) e seu uso (a representação), de uma possível valorização comercial. (ATTALI, 2006, p. 51-52, tradução nossa).

Convém lembrarmos que, ainda no momento em que o gramofone (versão comercial do fonógrafo de Edison) se estabelecia no mercado como aparelho destinado ao entretenimento, as dificuldades de se lidar com a música num contexto diferente da experiência não material eram muitas. O próprio Edison experimentou diversas formas de rotular suas gravações, de modo a diferenciar, tornar visível no corpo do objeto (o cilindro), o que o consumidor estava ouvindo. O rótulo é, segundo Gitelman, “[...] um nexo cultural vital” entre produtores e consumidores, um modo como a novidade adentra “[...] o lugar comum do mercado”. “Mas o rótulo do produto faz mais do que identificar os direitos do proprietário: ele marca, distingue e é agressivamente adequado à forma do produto”. (GITELMAN, 1999, p. 151, tradução nossa).

A maneira segundo a qual produtos como as gravações e os filmes eram rotulados, também como o fonógrafo e os dispositivos cinematográficos foram patenteados, foi essencial para o sucesso ou fracasso de determinados tipos de tecnologias. As narrativas construídas sobre o modelo de produção e de consumo são fundamentais para o assentamento de determinado produto. É uma questão de transferência da tecnologia do laboratório para o mercado. Essas considerações iniciais a respeito do uso e das possibilidades técnicas, constantes nessas formas de identificação, são fundamentais para adequar esse objeto a uma prática, podendo levar essa mesma prática a se consolidar, a se transformar ou a desaparecer. As primeiras empresas fabricantes do fonógrafo faliram porque não souberam fazer essa transposição do científico ao mercadológico.

O caráter mimético tanto do filme quanto do som gravado tornou-se, em si, uma narrativa que ajudou a consolidar uma determinada prática. E, obviamente, modificou a maneira de pensar a relação entre o original e a cópia.

O efeito mais irônico do movimento acelerado de rotulagem é que “natureza” tornou-se um dos rótulos mais poderosas da cultura ocidental. Iniciando-se após meados do século XIX, os produtos tornaram-se particularmente valorizados se eles pudessem ser caracterizados como “reais”, “genuínos” ou “naturais”. (GITELMAN, 1999, p. 153, tradução nossa).

Um problema se apresentava: como nomear, diferenciar, circunscrever um tipo de experiência não textual dentro daquele universo, até então, fortemente marcado pela escrita? Como pensar um tipo de identificação em aparatos como os recentes cinema e fonógrafo?

Alguns filmes passaram a exibir pequenas marcas, logotipos da empresas produtoras em um canto do quadro projetado. Alguns diretores de maior fama, como D. W. Griffith, colocavam seu nome em cada intertítulo. Com o tempo essa rotulagem **interna** mais onipresente foi caindo em desuso, sendo substituída por cartelas no início e no final da película.

Algumas das primeiras gravações sonoras possuíam, no início, o nome da música e do intérprete, bem como a identificação da empresa responsável pelo registro.² Uma diferença fundamental entre a música e o filme era a manuseabilidade. O filme era exibido enquanto o cilindro, e mais tarde o disco, eram colocados para tocar. Um não era fisicamente propriedade do consumidor enquanto o outro era um objeto comprado e, muitas vezes, colecionado. Essas diferenças tornam-se menos claras quando a música passa a ser transmitida por radiodifusão, coisa que algumas companhias de gravação inicialmente abominavam. O advento do videocassete também transforma o filme em um produto de uso mais maleável, modificando as relações de tempo e de fruição da própria imagem em movimento.

A demanda por espaço nos primeiros suportes, como os cilindros, fez com que se desse preferência a uma indexação do conteúdo em vez de uma descrição dos produtores da gravação. Já naquela época havia o problema de cópias ilegais de músicas de sucesso, o que se tornou um grande problema para a Edison Records. Algum material impresso era também embalado junto com os cilindros, contendo os nomes e as letras das músicas. Normalmente, as embalagens vinham com o selo do fabricante (no caso da Edison Records, seu rosto em uma moldura oval) para atestar o caráter genuíno daquele produto.

Essa necessidade de identificação do que foi gravado e da legitimação desse material, em decorrência de quem fora responsável por sua produção, nos leva a pensar a própria gravação como um rótulo. Ela é o recorte, o registro de uma *performance* que, uma vez fixada sobre o suporte, tem o mesmo valor da interpretação original. Temos aqui uma construção da importância do original de duas ordens. Primeiro: o som gravado teria o mesmo valor

■
² No Brasil talvez o exemplo mais famoso seja o da Casa Edison, fundada em 1900, na Rua do Ouvidor, Rio de Janeiro. Vendia aparelhos sonoros, cilindros e chapas. Em 1911 associou-se à holandesa Odeon, instalando no Brasil sua primeira fábrica de discos, no bairro de Vila Isabel. Em suas gravações podíamos ouvir sempre o locutor anunciando desse jeito: “Amor perdido, valsa executada por Pattapio Silva para a Casa Edison, Rio de Janeiro”. Às vezes o locutor se permitia, inclusive, comentários sobre a obra, por exemplo: “Só para moer, polca executada por Pattapio Silva para a Casa Edison, Rio de Janeiro. Escutem só que choro gostoso!”

que a interpretação original do artista, sendo, também, algo único. Segundo: um determinado registro seria válido porque foi executado pela companhia com competência para aquilo. O nome de Edison era uma marca de qualidade, era sinônimo de fidelidade, de algo genuíno.

Vemos então como os conceitos de fidelidade e de genuinidade se misturam nesse processo de produção de **aura**. “Quando Edison gravava uma seleção particular, ele estava rotulando uma *performance* ao vivo, inscrevendo-a, distinguindo, apropriando-se dela em uma nova existência reificada.” (GITELMAN, 1999, p. 168, tradução nossa).

Lisa sugere ainda que esse deslocamento da rotulagem tanto do produtor para o conteúdo quanto do interno para o externo, revela uma atenção que estava sendo voltada para as seleções individuais do consumidor. Os rótulos mostravam aquilo que realmente importava para quem comprava os cilindros ou discos. Mesmo a questão de legalidade, o fato de a gravação ser uma reprodução autorizada ou não, era secundária para o público. A qualidade da reprodução sim, essa era uma característica fundamental. A **aura** da obra original, como colocada por Benjamin, passa a ser menos importante que a fidelidade da cópia.

Se o conceito de aura de Walter Benjamin é o que distingue um trabalho original, então é a sua qualidade que denota a reprodução ou duplicação. Gravações e duplicações possuem sempre *qualidade* no sentido de fidelidade; cópias podem ser “verdadeiras” ou “próximas”. Reproduções podem ser boas, más ou mediocres. Elas podem ser melhores, piores ou iguais umas às outras, mas não perdem o caráter de ausência de *aura* de seu propósito reprodutivo, apesar de que a atenção para esse fato pode ser desviada por anúncios e propaganda. (GITELMAN, 1999, p. 169, tradução nossa).

Diferente da ausência de *aura* no processo de reprodução, como Lisa Gitelman coloca, o que acontece é uma mudança na criação dessa **aura**. Esta é produzida a partir do momento em que se cria um caráter de único ou de genuíno em um determinado registro. Cria-se também uma unicidade quando autorizamos ou desautorizamos determinado produtor ou fabricante por ter melhores condições técnicas e maior *know-how*. Esta ou aquela gravação seriam melhores porque quem as assina é um dos pioneiros das fonofixações (vê-se aqui, também, uma tendência a se valorizar o tradicional).

5 Controle

O terceiro mito ao qual se refere Chion é o do controle. Ele nos diz que se pode, com a ajuda da tecnologia, ter total domínio sobre o que se registra e sobre como esse material é transmitido. A própria digitalização veio aprofundar essa crença na completa manuseabilidade da matéria sonora. Como já discutimos anteriormente, é ingênuo falar-se da gravação como um registro fiel da

realidade pelas próprias dificuldades de pensarmos uma realidade única, uma única maneira de ouvir.

Para um exemplo de como essa idéia penetra em determinadas práticas basta observarmos a existência ou não de um conjunto de funções em determinados aparelhos de som. Por um lado vemos como determinados equipamentos como pré-amplificadores, sintonizadores ou gravadores de cassete (*tape-decks*) até algum tempo atrás eram vendidos separadamente (possibilitando uma escolha pessoal das marcas de cada um dos itens do conjunto) e contavam com alguns tipos de controle de gravação e de reprodução. Assim, não era incomum, nas décadas de 1970 e 1980, pensarmos o consumidor como alguém com certa autonomia sobre o som que escutava. Controle de graves e agudos, *loudness*³ e mesmo a regulagem do nível de gravação por canais independentemente eram algumas possibilidades da escuta doméstica nessa época. Esses recursos variavam de equipamento para equipamento e, claro, eram acessíveis mais para alguns bolsos do que para outros. Havia, evidentemente, aparelhos mais baratos, compactos e que não ofereciam uma customização tão grande. Ainda assim, fazia parte da idéia de escuta cotidiana a possibilidade de interferir minimamente no resultado final da fruição sonora. Mesmo os famosos **três-em-um**, equipamentos que reuniam em um só chassi, um toca-discos, um sintonizador e um *tape-deck*, possuíam alguns desses recursos.

■
³ Controle que acentua as frequências graves e agudas de um som quando este é reproduzido em um volume mais baixo. Ele vai deixando de atuar à medida que aumentamos o volume e essas frequências tornam-se mais evidentes.

Em outro nível de consumo (também em um período um pouco posterior), podemos observar equipamentos de menor custo que têm, entre suas funções, *presets* de equalização. Cada estilo musical demandaria uma nova relação entre graves e agudos e essa relação já é dada automaticamente pelo aparelho. Você não escolhe, essa escuta é programada. Como se vê, são duas maneiras distintas de encarar o controle técnico no âmbito do consumidor, mas que, no fundo, ratificam um tipo de pensamento que vê o som como docilmente submetido a um aparato técnico infalível. A experiência sonora está sob controle.

Hoje, muito embora a relação do consumidor com as diversas formas de produção e distribuição de músicas tenha alterado sensivelmente essa preocupação exclusiva com o aspecto técnico, ainda observamos um apelo à experiência sensorial genuína.

Dispositivos como os vários tipos de *Home Theater* ou o *iPhone*, da Apple nos remetem à necessidade de transportar o que era anteriormente apenas da esfera da audição para um universo multisensorial. O determinismo tecnológico de Kittler parece fazer algum sentido aqui, quando ele tenta criar um paralelo entre os sistemas de informação e os sistemas de comunicação.

É verdade que os sistemas de informação, no sentido mais estrito da palavra, são otimizados em termos de armazenagem, processamento e transmissão de mensagens. Os sistemas de comunicação, por outro lado, além de mensagens, também

controlam o trânsito de pessoas e produtos, e compreendem todos os tipos de meios de comunicação, dos sinais de trânsito à linguagem. (KITTLER, 2005, p. 76)

O próprio *iPhone*, objeto de desejo dos amantes de *gadgets* eletrônicos, pouco se parece com um telefone. Se a brincadeira que se faz hoje em dia com os celulares que, além de inúmeras funções, também “fazem ligações”, pode parecer exagerada, ela não o é de forma alguma em relação ao produto da Apple. A última coisa que se pensa em fazer quando se tem em mãos tal aparelho é usá-lo da maneira que seu próprio nome sugere, como telefone. Muito mais interessante é a experiência tátil de manipular imagens e sons como se eles habitassem a superfície de sua tela de LCD. Um processo tão intenso de hipermediação que não podemos deixar de concordar com McLuhan quando este sugere que o suporte material influencia grandemente a mensagem e o próprio ato da comunicação, “[...] alterando as relações que as pessoas têm com seus corpos, com sua consciência e com suas ações, reconfigurando tecnologias anteriores.” (SÁ, 2005, p. 3)⁴.

Ainda segundo uma ótica mcluhaniana, Jay Bolter e Richard Grusin trabalham o conceito de **remediação** a partir da premissa de que o conteúdo de qualquer meio ou veículo “é sempre um outro meio ou veículo.” (MCLUHAN, 2005, p. 22) No processo de remediação – como um meio representa o outro, como apropria-se de algumas de suas características, para, em um segundo momento, dar-lhes novos usos – Bolter e Grusin distinguem os modos de *imediação* e *hipermediação*. No primeiro haveria uma relação próxima entre o objeto e sua representação. “A lógica da imediaticidade dita que a mídia deve desaparecer e nos deixar na presença da coisa representada.” (BOLTER; GRUSIN, 2000, p. 5-6, tradução nossa). No segundo, a mídia não se esconde. O processo de representação é tornado visível. As múltiplas camadas de mediação, apesar de nos afastar do que seria uma realidade do objeto, prometem “[...] reproduzir a riqueza sensorial da experiência humana.” (BOLTER; GRUSIN, 2000, p. 34, tradução nossa). Entretanto, o fato de poder haver sempre uma experiência mais autêntica, na medida em que novas mídias prometem uma interface mais transparente, nos mostra, sem dúvidas, que não há a dita experiência genuinamente autêntica. A imediação leva a hipermediação.

6 Conclusão

Devemos pensar como todo o processo, desde o surgimento do fonógrafo – e não apenas ele, mas todo um conjunto de formas de inscrição de uma narrativa não textual – até a mais recente codificação binária da informação, aparenta ser um embate entre, por um lado, um discurso que tenta desvincular-se de uma base material e, por outro, as características físicas, os

■
⁴ Documento eletrônico.

ruídos das mídias. O processo de informação tende a encarar, para autores como Kittler, todo o processo comunicacional como algo numerizável. Nesse sentido, o ruído é indesejável, é fonte de não comunicação. O próprio modelo de Shannon e Weaver, tão amplamente adotado nos estudos tradicionais de comunicação, nada mais é que uma teoria da informação em seus moldes mais abstratos. Seria, contudo, ingênuo descartar o ruído como se ele fosse apenas um empecilho. Antes, ele é fonte de comunicação. Como diz Jacques Attali, o ruído cria significados, mesmo que seja para negar uma idéia dominante. Não podemos nos esquecer dessa relação material, onde sentidos surgem no simples manusear de um objeto.

Cabe, então, perceber como o que foi proposto por McLuhan – que a literacia criou um império do visual em nossa cultura e que esse modelo ótico iniciou uma forma analítica, seqüencial e euclidiana de capturar o mundo – faz sentido. Podemos, quem sabe, perceber um momento em que, a despeito da codificação que o digital nos impõe, novas sensorialidades se afirmam. O que é o *iPhone* senão um apelo irrecusável a uma multisensorialidade, difícil de ser apreendida racionalmente. Assim, o atual espaço acústico descrito por McLuhan seria de uma ordem holística, uma ruptura com padrões de cognição baseados exclusivamente na visão. Não há escuta sem corpo. Não há som sem o ruído.

Quando um desejo tão grande pela organização, catalogação e indexação da informação depara-se com uma quase impossibilidade de êxito, tamanhas as dificuldades de levá-la a cabo, é porque as características particulares de cada mídia, suas dificuldades inerentes, seus ruídos, se apresentam. Há sim uma dificuldade de transpor, de traduzir uma mídia em outra. Talvez seja essa dificuldade que torna tão singulares as experiências de audição de um LP, de um CD ou de um arquivo MP3.

Alguns softwares, curiosamente, simulam efeitos de ruídos de mídias antigas, para dar um certo charme, um ar *rétro*. Chiados de fitas, *clicks* e efeitos de estática em vinis, granulação e arranhões em películas. São todos parte de nosso imaginário, da nossa relação com as mídias e seus diferentes suportes. Mas devemos deixar bem claro que a finalidade aqui é outra. O ruído numerizado, abstraído de sua materialidade, não é mais ruído. Ele atende a outra demanda, mas também mostra o quanto nossa relação com os objetos comunicacionais vai muito além do textual.

Novas mídias se apropriam de antigas, conferem novos usos, atribuem novos sentidos. A evolução tecnológica linear, onde o moderno é sempre mais eficiente que o antigo é uma falácia. As tecnologias não se aprimoram ao longo do tempo pura e simplesmente. Elas atendem a determinadas funções em determinados contextos. Elas são “[...] processos sociais, culturais e materiais

cristalizados em mecanismos.” (STERNE, 2003, p. 8)

Façamos como Siegfried Zielinski, procuremos os primeiros sonhadores e modeladores. “Não procuremos o velho no novo, mas encontremos algo novo no velho.” (ZIELINSKI, 2006, p. 3, tradução nossa). Dessa maneira, pode-se dizer que essa busca incessante pelo armazenamento total, pelo compêndio perfeito, é também um mito.

As materialidades das mídias opõem um último obstáculo a essa indiferenciação total proposta pelo digital.

Hearing numbers: the myth of transparency in digital technologies

ABSTRACT

This work has the intention to investigate the changes in musical listening since the sprouting of inscription processes as the phonograph and, later, the analogical magnetic recording and its reproduction in cassettes and vinyl records. I also think about the digitization process in music and its reproduction in media that, apparently, presents a bigger transparency in reproduction. I understand this “transparency” as an attempt to hide the materialities of media, ignoring a strong sensorial appeal in the relation between equipment and users. I consider noise as one of the present and indispensable elements in our relation with the various *media*, creating meanings that go beyond the merely textual.

KEYWORDS: Music. Sound media. Digital technologies. Transparency.

Oyendo números: el mito de la transparencia en las tecnologías digitales

RESUMEN

Este documento se propone a investigar los cambios en la escucha musical desde la aparición de los procedimientos de registro como el fonógrafo y, más adelante, la grabación magnética analógica y su reproducción en cintas casete y discos de vinilo. Pienso también el proceso de digitalización de la música y su reproducción en los medios de comunicación que, al parecer, muestran una mayor transparencia. Comprendo esa “transparencia” como el intento de ocultar la materialidad de los medios, ignorando una fuerte invocación sensorial en la relación entre usuarios y equipos. Considero el ruido como uno de los elementos presentes e imprescindibles en nuestra relación con los varios medios, creando significados que se proyectan más allá de lo simplemente textual.

PALABRAS CLAVE: Música. Medios sonoros. Tecnologías digitales. Transparencia.

Referências

ADORNO, Theodor W. O Fetichismo na música e a regressão da audição. In: ADORNO, Theodor W.; HORKHEIMER, Max. **Horkheimer/Adorno**. São Paulo: Nova cultural, 1989. (Os Pensadores).

ADORNO, Theodor W.; HORKHEIMER, Max. **Dialética do esclarecimento**. Rio de Janeiro: Zahar, 1985.

- ATTALI, Jacques. **Noise: the political economy of music.** Minneapolis: University of Minnesota Press, 2006.
- BENJAMIN, Walter. **Magia e técnica, arte e política: ensaios sobre literatura e história da cultura.** São Paulo: Brasiliense, 1994. (Obras Escolhidas, v.1).
- BOLTER, Jay David; GRUSIN, Richard. **Remediation: understanding new media.** Massachusetts: The MIT Press, 2000.
- CHION, Michel. **Músicas, mídia e tecnologias.** Lisboa: Instituto Piaget, 1997.
- GITELMAN, Lisa. **Scripts, grooves, and writing machines: representing technology in the Edison Era.** Stanford: Stanford University Press, 1999.
- GUMBRECHT, Hans Ulrich. **Em 1926: vivendo no limite do tempo.** Rio de Janeiro: Record, 1999.
- KITTLER, Friedrich A.. A História dos meios de comunicação. In: LEÃO, Lúcia (Org.) **O Chip e o caleidoscópio.** São Paulo: Senac, 2005.
- _____. **Gramophone, film, typewriter.** Stanford: Stanford University Press, 1999.
- MCLUHAN, Marshall. **Os Meios de comunicação como extensões do homem.** São Paulo: Cultrix, 2005.
- SÁ, Simone Pereira de. A Música na era de suas tecnologias de reprodução. ENCONTRO DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DOS PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO, 15., 2006, Bauru, SP. [Anais...] Bauru, SP: UNESP, 2006. Disponível em: <<http://www.compos.org.br/seer/index.php/e-compos/article/viewFile/92/92>> Acesso em: 29 ago. 2008.
- _____. Mediações musicais através dos telefones celulares. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 28., 2005, Rio de Janeiro. [Anais...] Rio de Janeiro: UERJ, 2005. 1 CD-ROM.
- STERNE, Jonathan. **The Audible past: cultural origins of sound reproduction.** Durham: Duke University Press, 2003.
- THÉBERGE, Paul. **Any sound you can imagine: making music/consuming technology.** Middletown: Wesleyan University Press, 1997.
- THORNTON, Sarah. **Club cultures: music, media and subcultural capital.** Middletown: Wesleyan University Press, 1996.
- ZIELINSKI, Siegfried. **Deep time of the media.** Massachusetts: The MIT Press, 2006.

José Cláudio Siqueira Castanheira
Mestrando em Comunicação Social / UERJ
Formado em cinema / UFF
Email: jc.castanheira@uol.com.br

Recebido: 13/10/2008
Aceito: 16/12/2008