

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO
CENTRO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO – ECO/UFRJ
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO E CULTURA**

SARAH OLIVEIRA QUINES

**ALTA FIDELIDADE:
o consumo de vinil na era da reprodutibilidade digital**

RIO DE JANEIRO

2013

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO
CENTRO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO – ECO/UFRJ
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO E CULTURA**

SARAH OLIVEIRA QUINES

ALTA FIDELIDADE:

o consumo de vinil na era da reprodutibilidade digital

Dissertação de mestrado apresentada ao Programa de Pós-graduação em Comunicação e Cultura da Escola de Comunicação da UFRJ, como parte dos requisitos para a obtenção do título de Mestre em Comunicação e Cultura.

Orientador: Prof. Dr. Micael Maiolino Herschmann

RIO DE JANEIRO, RJ, BRASIL

Março de 2013

Q7

Quines, Sarah Oliveira.

Alta fidelidade: o consumo de vinil na era da reprodutibilidade digital / Sarah Oliveira Quines. Rio de Janeiro: 2013. 162f.

Orientador: Micael Maiolino Herschmann

Dissertação (mestrado) – Universidade Federal do Rio de Janeiro, Escola de Comunicação / Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura, 2013.

1. Discos e gravações sonoras. 2. Música - Discografia. 3. Indústria musical – Inovações tecnológicas. 4. Disco de vinil. I. Herschmann, Micael Maiolino. II. Universidade Federal do Rio de Janeiro. Escola de Comunicação.

CDD: 780

**ALTA FIDELIDADE:
o consumo de vinil na era da reprodutibilidade digital**

Dissertação de mestrado apresentada ao Programa de Pós-graduação em Comunicação e Cultura da Escola de Comunicação da UFRJ, como parte dos requisitos para a obtenção do título de Mestre em Comunicação e Cultura.

Rio de Janeiro, 1º de março de 2013.

Banca Examinadora

Prof. Dr. Micael Maiolino Herschmann – Orientador
Doutor em Comunicação, ECO-UFRJ

Prof. Dr. Jeder Janotti Jr.
Doutor em Comunicação, UFPE

Prof^a. Dra. Simone Pereira de Sá
Doutora em Comunicação, UFF

AGRADECIMENTOS

Ao professor Micael Herschmann, pelas orientações e pelo incentivo no percurso deste trabalho.

Aos professores Marcelo Kischinhevsky, Simone Pereira de Sá, Leonardo de Marchi, Eduardo Coutinho e Jeder Janotti Jr. pela participação nas avaliações (qualificação e banca) e pelas contribuições sugeridas que foram essenciais para esta dissertação.

À Capes, pela bolsa concedida.

Aos professores da pós-graduação da ECO, pelas reflexões teóricas divididas em aula.

Aos vinileiros, que compartilharam comigo sua paixão pelo vinil.

Ao Rio de Janeiro, por ter sido essa cidade maravilhosa que me acolheu tão bem na distância dos pampas.

Aos amigos espalhados por Rosário, Santa Maria, Rio e São Paulo, por fazerem meus dias mais alegres e me deixarem com saudades dos lugares onde morei.

Aos meus pais, pelo amor e apoio desde o princípio em minha partida para o sudeste. Ao meu pai, por ter sido quem me apresentou o que há de melhor na música. À minha mãe, por estar sempre presente, mesmo que a quase dois mil quilômetros de distância.

À música, que deixa os dias mais leves e dá um sentido à vida.

*O que veio primeiro, a música ou a tristeza? Eu ouço música
pop porque sou infeliz? Ou sou infeliz porque ouço música
pop?*

(Rob Fleming – Alta Fidelidade)

RESUMO

QUINES, Sarah Oliveira. **Alta fidelidade: o consumo de vinil na era da reprodutibilidade digital**. Rio de Janeiro, 2013. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Cultura) – Escola de Comunicação, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2013.

Esta pesquisa analisa a prática de colecionar discos de vinil realizada por quem frequenta feiras e lojas de discos na cidade do Rio de Janeiro. Buscamos conhecer os colecionadores, entender quais sentidos estão relacionados ao ritual de colecionar, e qual música é colecionável. Apesar do contexto de transformações da indústria da música, em que a internet disponibiliza conteúdo sonoro gratuitamente, algumas pessoas preferem vinil. Fazemos uso do aporte metodológico do estudo de caso, com aplicação de entrevistas e de observação participante. Quanto às hipóteses investigadas, destacamos que a preferência pelo vinil não se dá necessariamente por uma suposta superioridade sonora ou por saudosismo. Outros motivos estão em jogo, como a arte das capas, a memória evocada pelos discos e a materialidade.

Palavras-chave: discos de vinil; colecionadores; indústria fonográfica; estudos culturais.

ABSTRACT

QUINES, Sarah Oliveira. **High Fidelity: the consumption of vinyl in the age of digital reproducibility.** Rio de Janeiro, 2013. Dissertation (Master's Degree in Communications and Culture) – Communication College, Federal University of Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2013.

This research analyses the practice of collecting vinyl records held by those attending trade shows and record stores in the city of Rio de Janeiro. We seek to know the collectors, understand what meanings are related to the ritual of collecting, and what music is collectible. Despite the context of changes in the music industry, where the Internet provides sound content for free, some people prefer vinyl. We make use of the methodological approach of the case study, with application of interviews and participant observation. Regarding the hypotheses investigated, we emphasize that the preference for vinyl is not necessarily about a supposed superior sound or nostalgia. Other reasons are at stake, as the cover art, memory evoked by records and materiality.

Keywords: vinyl records, collectors, music industry, cultural studies

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 : Dados Nielsen Soundscan	66
Figura 2: Baratos da Ribeiro	93
Figura 3: Loja Tracks	95
Figura 4: Loja Classic Discos	98
Figura 5: Tropicália Discos	99
Figura 6: 5ª Feira de Discos de Vinil do Rio de Janeiro	100
Figura 7: Coleção de Tuta	113
Figura 8: Coleção de João	116
Figura 9: Coleção de Túlio	120
Figura 10: Coleção de Joaquim	126
Figura 11: Coleção de Mylena	129

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	10
1 AUTENTICIDADE E NOSTALGIA: O VINIL ENTRE OS ESTUDOS CULTURAIS E A SOCIOLOGIA DO GOSTO	19
1.1 <i>MÚSICA E ESTUDOS CULTURAIS</i>	19
1.2 <i>UMA QUESTÃO DE GOSTO</i>	37
1.3 <i>A AURA DO AUTÊNTICO E DO NOSTÁLGICO</i>	46
1.4 <i>METODOLOGIA</i>	55
2 SOBRE FONOGRAMAS, COLEÇÕES E MATERIALIDADES	58
2.1 <i>DO ANALÓGICO AO DIGITAL</i>	58
2.2 <i>MATERIALIDADES, ENCARTE E ARTE</i>	71
2.3 <i>ESSE OBSCURO OBJETO DO DESEJO</i>	80
3 O CIRCUITO DO VINIL	91
3.1 <i>CARTOGRAFIA DO VINIL</i>	91
3.1.1 As lojas de discos	92
3.1.2 A feira de discos	99
3.2 <i>O COLECIONADOR NO CAMPO DE ACETATO</i>	108
3.2.1 O ritual	113
3.2.2 Além do estereótipo de Alta Fidelidade	116
3.2.3 Colecionáveis: cânones e novidades	120
3.2.4 A coexistência dos formatos	126
3.2.5 A preferência pelo vinil	129
3.3 <i>O SOM E A VOLTA DO VINIL</i>	135
3.3.1 O retorno do vinil na era do mp3	138
CONSIDERAÇÕES FINAIS	145
OBRAS CONSULTADAS	150
ANEXOS	158

INTRODUÇÃO

Este trabalho investiga a prática de colecionar vinil realizada por indivíduos que frequentam feiras e lojas de discos na cidade do Rio de Janeiro. Interessa-nos saber quem são esses colecionadores, de que modo eles constroem suas coleções, qual música é colecionável e quais lógicas estão envolvidas no ritual de colecionar.

Sob o viés do mercado em grande escala, o formato do LP já foi ultrapassado pelo CD, que, por sua vez, está sendo ultrapassado pelo armazenamento de músicas em formatos como o mp3. Nos últimos 10 anos, pesquisas têm indicado a crise da indústria fonográfica, o fim das grandes gravadoras e da lógica da produção massiva do álbum. A facilidade trazida pela internet para a livre circulação de conteúdo sonoro, bem como do seu consumo, alterou significativamente as relações de produção no mercado da música.

Apesar de todos os caminhos apontarem para os novos recursos tecnológicos, e para estratégias como a da música ao vivo – que hoje parece ser a grande aposta de lucros para os músicos – o consumo do vinil ressurge nesse tumultuado contexto de continuidades e rupturas. É o olhar simplista que no passado apontou a morte do vinil que queremos desconstruir. O formato do LP já não é mais hegemônico na indústria desde a década de 1990, quando houve o *boom* do CD – no Brasil, as vendas de CD ultrapassaram as de LP pela primeira vez em 1993 (DIAS, 2008, p.112) - e as grandes gravadoras foram diminuindo a produção nacional de discos de vinil.

No entanto, o LP voltou. Na mídia, as matérias apontam um retorno do culto ao vinil – ainda que para alguns consumidores, como DJs e colecionadores, ele nunca tenha partido. A discussão da permanência do formato, outrora dominante e agora relacionado a um consumo de nicho, será debatida ao longo deste trabalho.

Os últimos estudos acerca da indústria da música apontam para a cena musical independente como um laboratório de novas experiências e estratégias musicais desenvolvidas pelos sujeitos para a sustentabilidade do mercado musical. Se, por um lado, a indústria dos fonogramas está em crise, por outro, nunca antes foi possível ouvir tanta música como agora (HERSCHMANN, 2010).

Entretanto, a problemática que nos instiga está fora do formato digital do CD e do mp3 e também da atual tendência ao consumo de música ao vivo. Interessa-nos

analisar o consumo do vinil – uma das etapas do processo que também envolve a produção e circulação do LP: um suporte analógico que tem um nicho específico de consumidores. A análise tem o propósito de investigar a permanência do LP em uma época em que a música pode ser consumida gratuitamente pelos arquivos na internet ou pela pirataria física.

A pesquisa se justifica em função de os estudos em comunicação que trabalham com as questões ligadas à música – tanto no viés mercadológico quanto simbólico – estarem em um momento de consolidação. Além disso, os estudos recentes têm tratado de questões como a crise e transição da indústria da música (HERSCHMANN, 2010), as novas tendências da música independente no século XXI (HERSCHMANN, 2011), no que se refere às novas tecnologias e às apresentações ao vivo, mas ainda não há nenhum estudo que problematize o consumo do vinil neste contexto. Dois trabalhos recentes investigaram o vinil, mas a análise de um se referiu à cultura dos discos no caso específico do gênero de música eletrônica drum'n'bass (MOREIRA, 2007), e o outro investigou a politização tecnoestética do discurso dos DJs (FERREIRA, 2004).

Afora a justificativa supracitada, abro um parêntese para descrever como cheguei ao objeto em questão. Nossas escolhas partem de motivações e gostos que são construídos ao longo de nossas trajetórias de vida e que, muitas vezes, parecem emergir naturalmente de indagações espontâneas, quando, na realidade, já estão sendo moldadas e cultivadas antes mesmo de reunirmos as questões dispersas em um mosaico que faça sentido. Talvez a minha motivação maior se encontre lá na minha infância, quando ia até as lojas de discos de Porto Alegre com meu pai, e voltava para casa com sacolas cheias de discos. Ou quando ganhei uma vitrola de meu tio e “redescobri” o universo analógico. Quem sabe, foi durante uma matéria de jornalismo literário, quando passei tardes num sebo em Santa Maria, com diversos vinis expostos à venda, observando as pessoas interessadas por eles. Fato é que, tudo isso, as conversas sobre música com meu pai, com os amigos, os shows, as leituras, as aulas de violão, e toda a cultura pop que tenho consumido intensamente nesses anos todos, trouxeram à tona a curiosidade em conhecer mais sobre a cultura do vinil e estudá-la na academia, não somente como pesquisadora, mas como uma aficionada por música.

O contexto de onde esta pesquisa parte é decorrente de três fatos que parecem justificar a pertinência deste estudo: a recente reabertura da Polysom – única fábrica de vinil da América Latina, situada em Belford Roxo no Rio de Janeiro – que fechara suas portas em 2007, reabrindo-as em 2010; a tendência de alguns artistas recentes em produzirem seus álbuns no formato de vinil; e a realização de feiras e eventos na cidade do Rio de Janeiro onde ocorrem trocas e vendas de LPs. Embora pareçam ser três fatos isolados, eles estão interligados ao que estamos propondo analisar.

O questionamento que impulsiona esta investigação é: por que as pessoas continuam a comprar discos de vinil – algumas inclusive começaram a comprar LPs nos últimos anos – numa época em que a música pode ser consumida gratuitamente? Para responder essa questão, estruturamos nossos objetivos da seguinte forma:

- a) Conhecer quem são os colecionadores de vinil e de que forma eles adquirem suas coleções.
- b) Descobrir quais gêneros musicais são legitimados como colecionáveis.
- c) Relatar qual é a racionalidade envolvida no ritual do colecionador.
- d) Questionar se os colecionadores percebem a diferença na qualidade do som do vinil para o mp3.
- e) Percorrer os espaços em que o vinil é distribuído e/ou cultuado.

Nesta pesquisa, buscamos estabelecer uma relação do consumo do vinil com duas formas de dar sentido a essa prática: a ritualística – que se dá no processo de colecionar, e a simbólica – realizada a partir do consumo diferenciado feito por certos indivíduos.

O que está envolvido na prática do consumo cultural é um determinado conhecimento acerca de música, que é expresso nas escolhas e no ato de consumir a partir do gosto. Em se tratando de gosto, a teoria desenvolvida por Bourdieu (2008) acerca do capital cultural parece pertinente para o que estamos pensando. Para o autor, o capital cultural se relaciona ao conhecimento adquirido que confere status social, e os gostos são considerados uma marca de classe. No entanto, Bourdieu desenvolveu seus conceitos a partir da análise da cultura erudita e da

cultura popular consumidas, respectivamente, pelas classes mais altas e pelas classes populares.

Neste trabalho, não estamos tratando nem de cultura erudita nem de cultura popular, mas de um artefato que se insere no contexto da cultura popular massiva. Assim, o *status* conferido aos indivíduos que compram vinil não os diferencia de outras classes sociais como no caso analisado por Bourdieu, mas legitima sua posição no campo como autênticos conhecedores de música. A disputa existe não para diferenciar uma condição de classe, títulos de nobreza ou de “berço”, mas para legitimar quem sabe o que sobre música.

As hipóteses segundo as quais partimos são:

- a) O ato de colecionar envolve um ritual (que pode ir desde a organização dos discos em ordem alfabética à sua conservação ou ao processo de escuta).
- b) Há uma diferenciação por parte de quem consome esse tipo de produto de quem é mero ouvinte de caixas de som de computador. Se a música ficou banalizada ao ser distribuída gratuitamente na internet, o que diferencia seus apreciadores seria a prática de colecionar discos como uma forma de consumo distinta.
- c) O consumo do vinil não se explica por uma preferência aleatória pelo formato em detrimento dos outros. O que envolve a escolha pelo vinil está relacionado ao gosto, à preferência pela suposta qualidade sonora superior deste formato.
- d) É a partir do reconhecimento das particularidades inerentes ao som produzido pelo LP em relação ao CD ou ao MP3 que o seu consumo simboliza a distinção – separa os ouvintes de LP aficionados, que reconhecem a sua superioridade sonora, dos demais consumidores de música. Desse modo, “alta fidelidade” tem um sentido duplo, referindo-se tanto à superioridade sonora do formato quanto ao posicionamento dos consumidores como fãs legítimos.
- e) O discurso da fidelidade sonora nem sempre é reconhecido. Alguns colecionadores podem não perceber a diferença entre a música tocada em

vinil, CD e mp3. Nesses casos, o consumo desse suporte se justificaria por outras razões – como a da arte das capas, ou o tamanho, isto é, a materialidade do formato, o ritual de escutar, ou pela nostalgia e a memória de uma outra época.

Metodologicamente, a pesquisa se apresenta como um estudo de caso, reunindo diferentes técnicas com a finalidade de responder os questionamentos aos quais nos propusemos. O roteiro metodológico será descrito mais detalhadamente no primeiro capítulo. De forma sucinta, fizemos uso das ferramentas de observação participante, entrevistas semi-estruturadas, entrevistas fechadas e questionários.

A técnica da observação participante foi realizada nas duas edições da Feira do Vinil (outubro de 2011 e maio de 2012), e no encontro do Clube do Vinil. As entrevistas semi-estruturadas foram realizadas com colecionadores, os questionários foram lançados aos integrantes de grupos de redes sociais voltados para o culto do vinil, a entrevista fechada foi feita com lojistas, com consumidores que estiveram na última edição da feira que acompanhamos, com o dono de um selo e com os donos da gravadora.

Embora o foco se situe nos colecionadores, outros agentes do processo também foram abordados em entrevistas estruturadas, como, por exemplo, os donos da Polysom, quem tem selo que produz em vinil e os lojistas e donos de sebos que vendem discos.

O consumo dos colecionadores de vinil é o ponto central desse estudo, mas não podemos deixar de mencionar as outras etapas que também se relacionam. Estudos anteriores que se preocuparam em investigar os produtos culturais não apenas sob o viés da produção, mas de uma forma integrada que perpassa da produção ao consumo, são o referencial a partir de que estamos construindo esta análise. Entre eles, está o circuito da cultura, empreendido por Paul du Gay et al (1997a) para analisar o Sony Walkman, constituído pelas etapas de produção, representação, identidades, regulação e consumo. De uma forma sucinta, o autor explica sobre o circuito:

Lembre que isso é um circuito. Não conta onde você inicia, dado que se tem de fazer toda a volta, antes do estudo estar completo. E mais: cada parte tomada do circuito reaparece na próxima.(...) Nós separamos essas partes do circuito em diferentes seções, mas no mundo real elas continuamente se

sobrepõem e entrelaçam de modo complexo e contingente. Contudo, elas são as partes que tomadas em conjunto compõem o que nós entendemos por um 'estudo cultural' de um objeto particular (du GAY, 1997a, p. 4)¹.

Além do modelo de Paul du Gay, também tomamos por referência a noção de campo musical desenvolvida por Simon Frith, para quem diferentes atores, como produtores, músicos, crítica especializada e consumidores, teriam o papel de legitimar o campo em questão; e, ainda mais próximo do nosso estudo, está a cultura do gramofone, a qual, segundo Roy Shuker (2010), seria constituída por lugares de produção, de apreciação, de aquisição e de mediação. As três pesquisas mencionadas têm pontos convergentes: todas analisam a produção, o consumo (ou lugar de apreciação) e a mediação (ou crítica ou lugar em que se encontram as representações).

A partir dos autores supracitados, organizamos um modelo de análise da cultura do vinil que parece abranger as questões que buscamos elucidar. Quatro etapas compõem o estudo do LP como artefato cultural: produção, circulação, crítica e consumo. A etapa da produção se apresenta no contexto da recente reabertura da Polysom – a única fábrica de vinil da América Latina. Além da fábrica, os selos e artistas que estão produzindo música no formato do vinil atualmente também foram mencionados, com a finalidade de mapear como o mercado de discos está (re)configurado.

A segunda etapa do processo, a da circulação, diz respeito aos espaços em que os discos são disponibilizados, seja em lugares físicos, seja em sites da internet. Além desses locais, os discos também são disponibilizados em sebos, feiras e festas. O ponto de partida de análise é a realização da Feira de Vinil do Rio de Janeiro, que movimenta uma média de três mil pessoas em cada edição, e que acontece duas vezes ao ano. É na feira que os sujeitos que fazem parte da cultura do vinil se encontram: produtores de selos, artistas, donos de lojas e colecionadores. Em função do pouco tempo de que dispomos, entrevistamos alguns lojistas que são apenas o recorte desse universo maior, impossível de ser abarcado plenamente em uma dissertação de mestrado.

¹ Do original: "Remember that this is a circuit. It does not much matter where on the circuit you start, as you have to go the whole way round before your study is complete. What is more, each part of the circuit is taken up and reappears in the next part. (...) We have separated these parts of the circuit into distinct sections, but in the real world they continually overlap and interwine in complex and contingent ways. However, they are the elements which taken together are what we mean by doing a "cultural study" of a particular object".

A crítica é o aspecto da cultura do vinil que estabelece a mediação entre o consumidor e o disco, isto é, é a mídia especializada que indica o que comprar, quais artistas e/ou gêneros são colecionáveis, etc. Ela pode ser feita por sites ou blogs específicos sobre música, revistas da mídia massiva ou fanzines.

Por fim, o consumo busca conhecer quem são os colecionadores. Por meio da observação participante de duas edições da Feira do Vinil, buscamos conhecer e desmistificar – ou reafirmar - o estereótipo do colecionador de vinil engessado pelo livro *Alta Fidelidade*, de Nick Hornby, e por sua posterior adaptação para o cinema. A representação do colecionador como um homem branco de classe média, de meia idade e com uma adoração pelos discos quase patológica, com um conhecimento sobre música que reconhece possuir, sendo por vezes arrogante: é essa caricatura que pretendemos quebrar, conhecendo os sujeitos no campo.

Os dois modos que dão sentido ao consumo de vinil, segundo os quais norteamos nossa perspectiva para elucidar as questões aqui propostas, estão divididos nos dois primeiros capítulos: aquele aborda a prática simbólica, e este, a ritualística.

No primeiro capítulo, dividido em quatro partes, realizamos a abordagem teórico-metodológica que embasará a pesquisa. Na primeira parte, os trabalhos que trataram da temática da música no âmbito dos estudos culturais foram consultados. O modelo do circuito da cultura desenvolvido por Paul du Gay no estudo sobre o Sony Walkman foi revisitado para elucidar questões pertinentes a esta pesquisa sobre o consumo do vinil, o qual, assim como o walkman, também estamos considerando como um artefato cultural.

Além disso, a questão do gênero musical trabalhada por Frith (1996) também foi considerada, pois ajudou a entender a lógica de alguns gêneros serem mais colecionáveis do que outros.

Na segunda parte do capítulo 1, propomos a discussão em torno do gosto, a partir da categoria do capital cultural cunhada por Bourdieu (2008) e posteriormente trabalhada por Thornton (1996) na análise da cultura *clubber*² na década de 1990 na Inglaterra e por Shuker (2010) no estudo sobre o ato de colecionar discos como uma prática social.

² O termo se refere aos frequentadores de danceterias e da cena de música eletrônica da década de 1990.

Na terceira parte do primeiro capítulo, desenvolvemos duas ideias comumente associadas ao discurso do vinil: nostalgia e autenticidade. Tomamos a ideia de nostalgia como elemento determinante na legitimação do vinil, isto é, para conferir autenticidade a este artefato. A nostalgia é considerada não como um fantasma do passado que assombra, mas como a falta de uma época passada, que pode inclusive não ter sido vivenciada pelo colecionador. É na construção afetiva que atribuí significado a uma determinada música, numa memória musical autobiográfica, que a nostalgia pode aparecer. Já a autenticidade é discutida a partir das concepções de autonomia e de autoria, tomada tanto pelo viés romântico quanto pelo sentido moderno do termo (KEIGHTLEY, 2006).

A última parte do primeiro capítulo descreve o percurso da pesquisa, desde como o objeto delimitado levou à escolha do estudo de caso, fazendo uso de observação participante e de entrevistas semi-estruturadas. A elaboração das questões das entrevistas também é problematizada, atentando para o cuidado de se fazer uma comunicação não-violenta (BOURDIEU, 1999).

No segundo capítulo, o vinil, enquanto artefato cultural, é abordado sob uma perspectiva histórica, sendo situado no surgimento dos suportes em seu caráter material, na sua atual posição dentro de um mercado de nicho, e também no que se refere à sua característica como colecionável.

Iniciamos esta segunda parte com o cuidado para não reproduzir o discurso evolutivo que é atrelado aos formatos de armazenamento de música. Pelo contrário, nossa intenção é mostrar, a partir da verificação empírica, que não se trata de uma substituição do analógico pelo digital, mas de mais uma maneira de consumir música para seus apreciadores. A partir da história da música em suportes, dos antigos cilindros de 78 rpm, ao seu atual estágio imaterial no formato de mp3, destacamos que as novas tecnologias não necessariamente substituem as anteriores. Assim, suportes predecessores que já ocuparam um lugar de destaque no mercado de massas, sobrevivem na condição de produtos orientados para o consumo de nicho (ANDERSON, 2006).

O ritual de colecionar, uma prática exercida por um tipo específico de fã - o colecionador - é problematizado no segundo capítulo. Nesse ponto, descrevemos o estereótipo do colecionador construído a partir do filme *Alta Fidelidade* (Stephen Frears, EUA, 2000), em que o personagem Rob Gordon engessou uma figura

caricata do colecionador de vinil. Tal representação é desconstruída – ou reafirmada – no capítulo subsequente, a partir da constatação de quem é o colecionador na etapa empírica da pesquisa.

Encerrando a segunda parte do trabalho, a materialidade é aprofundada segundo a sua concepção para Gumbrecht (1994). A importância da arte de capa, o trabalho dos encartes, o tamanho do disco, o cuidado com a sua preservação, são questões que se inserem neste item.

No capítulo 3, os dados coletados são descritos e analisados. Dividido em três partes, para uma organização mais clara dos resultados, o capítulo inicia com a cartografia do vinil, localizando-o espacialmente nas lojas, festas e feiras em que se faz presente e também no seu contexto atual de “retorno”. Na sequência, analisamos a etapa do consumo, isto é, as questões relacionadas aos colecionadores – objetivo central deste trabalho. Por fim, falamos das questões relacionadas à sonoridade e ao retorno do vinil.

Com este trabalho, buscamos problematizar o consumo de vinil – uma mídia cuja morte já havia sido anunciada – a partir da análise da prática simbólica e ritualística de seus colecionadores. Nossa intenção é a de trazer mais questões para serem refletidas no campo dos estudos sobre música e comunicação, procurando expandir ideias já concebidas e desconstruir representações engessadas.

1 AUTENTICIDADE E NOSTALGIA: O VINIL ENTRE OS ESTUDOS CULTURAIS E A SOCIOLOGIA DO GOSTO

1.1 MÚSICA E ESTUDOS CULTURAIS

O que faz com que consumidores de música, numa era em que os arquivos sonoros são ofertados gratuitamente na internet, ainda se dediquem à prática de colecionar discos de vinil? E o que dizer dos colecionadores que descobriram o suporte já no século XXI, durante a tão discutida crise da indústria dos fonogramas?³

O consumo dos discos de vinil na contemporaneidade é o nosso objeto de investigação. Neste estudo, partimos do pressuposto de que o LP⁴ é um artefato cultural - denominação que já havia sido aplicada no estudo sobre a biografia do Sony Walkman para caracterizá-lo (DU GAY et al, 1997). Os autores apontam o objeto como não apenas pertencente à cultura, mas como dono de uma cultura específica, ao redor da qual significados e práticas se desenvolvem (id., p.10). De modo análogo, podemos ampliar o significado de artefato cultural atribuído ao Walkman para compreender o disco de vinil, isto é:

Isso [o Walkman] pertence à nossa cultura porque construímos um pequeno universo de sentido para ele; e essa atribuição de sentido ao objeto é o que o constitui como um artefato cultural. [...] Ele também é cultural porque se conecta com um conjunto distinto de práticas sociais, que são específicas da nossa cultura ou do nosso estilo de vida. Ele é associado a certos tipos de pessoas, a certos lugares – porque tem adquirido um perfil social ou identidade. Também é cultural porque frequentemente aparece e é representado nas nossas linguagens visuais e nos meios de comunicação (id.)⁵.

³ Dentre os autores que tratam do tema, destacamos HERSCHMANN (2011,2010); DE MARCHI (2011); DIAS (2008); PERPETUO (2009) e KISCHINHEVSKY (2006). A discussão sobre a indústria da música sob o viés de sua produção e abordagem histórica será desenvolvida no segundo capítulo.

⁴ Utilizamos a abreviação de long-play – LP – como sinônimo de discos de vinil. Embora a palavra “disco” tenha um sentido mais amplo, podendo se aplicar também aos CDs, aqui está sendo empregada como substituta de vinil ou LP.

⁵ Do original: “It belongs to our culture because we have constructed for it a little world of meaning; and this bringing of the object into meaning is what constitutes it as a cultural artefact. [...] It is also cultural because it connects with a distinct set of social practices, which are specific to our culture or way of life. It is associated with certain kinds of people, with certain places – because it has been given or acquired a social profile or identity. It is also cultural because it frequently appears in and is represented within our visual languages and media of communication”.

Os discos de vinil são artefatos culturais cuja lógica de existência se modifica conforme uma série de processos, os quais serão analisados nesta pesquisa para compreender os motivos – e os sentidos – que norteiam os ouvintes em sua prática de colecionar LPs. Por exemplo, podemos apontar o vinil como o formato dominante na indústria da música no passado, sendo reconfigurado dentro de um mercado de nicho na atualidade: o dos colecionadores e dos DJs.

Assim, o contexto em que o vinil se insere hoje é muito diferente daquele em que se situava na década de 1970, bem como o seu significado na cultura da música. “O significado é, portanto, intrínseco a nossa definição de cultura. Significados nos ajudam a interpretar o mundo, a classificá-lo em formas significativas, a ‘fazer sentido’ das coisas e eventos.” (id., p.10).

O texto de Du Gay referido anteriormente traz duas grandes contribuições teóricas para esta pesquisa: a discussão sobre como e por que práticas culturais e instituições têm tido um papel crucial na sociedade; e a abordagem das ideias centrais, conceitos e métodos de análise circunscritos na realização de um “estudo cultural”. O circuito da cultura proposto pelos autores é uma forma de reunir instâncias tradicionalmente pesquisadas separadamente, isto é, agregar o que antes era dividido em análises que se ocupavam ou da produção, ou da circulação, ou do texto midiático em si, ou da recepção de uma determinada mídia. O modelo teórico cunhado pelos investigadores se baseia na articulação de processos distintos, através dos quais qualquer análise de um texto ou artefato cultural deve passar para ser devidamente estudado (id., p.3).

Todavia, a ideia de relacionar os diferentes momentos do processo comunicativo não surgiu pela primeira vez no estudo do Sony Walkman nem é exclusividade dessa obra. Outros autores, também inseridos no âmbito dos estudos culturais, preocuparam-se em apontar modelos teóricos que integram os espaços de produção e consumo/recepção. Entre eles, identificamos o circuito da cultura de Johnson (1999), o modelo *encoding/decoding* de Hall (2003) e a teoria das mediações de Martín-Barbero (2003).

O circuito de Johnson (1999) é composto pela produção, que se refere à organização das formas culturais; pelos textos, que tratam as formas simbólicas de modo abstrato; pelas leituras, que concernem às práticas sociais de recepção como espaço de produção de sentido; e pelas culturas vividas, nas quais circulam as

variáveis culturais ativas que interferem tanto na produção quanto na leitura (ESCOSTEGUY, 2007, p.120). Para não cair em armadilhas na trajetória da investigação como, por exemplo, exaltar a autonomia da leitura realizada em detrimento do texto, ou romantizar o discurso de resistência do objeto, o autor propõe a análise da relação entre as práticas sociais e os textos que circulam no meio investigado, ao mesmo tempo em que se realiza uma pesquisa sócio-histórica das variáveis ativas em meios sociais específicos (id.).

Hall (2003, p.336) traz uma proposta teórico-metodológica cuja finalidade, segundo ele, seria de servir mais por sugerir novas abordagens/questões e por mapear o terreno do que ser um método. As posições de leituras apresentadas no modelo – preferencial, negociada ou opositiva – são ideais-típicas, isto é, são hipóteses dedutivas e não constatações empíricas com grupos sociológicos.

Na corrente latino-americana dos estudos culturais, o mapa das mediações de Martín-Barbero (2003) apresenta dois eixos: um diacrônico, ou de longa duração, entre as matrizes culturais e os formatos industriais; e um eixo sincrônico, no qual se relacionam as racionalidades da produção e da recepção. As mediações da tecnicidade, ritualidade e socialidade estão presentes, respectivamente, na influência que o formato midiático recebe das demandas dos públicos; entre os formatos e as competências de recepção; e entre as competências de recepção e as matrizes culturais.

A tentativa de mostrar de modo muito sucinto nos parágrafos anteriores, correndo o risco de apresentar ideias de forma reduzida, os principais pontos presentes nos modelos elaborados por Johnson, Hall e Martín-Barbero, foi apenas à guisa de introdução de outros mapas/circuitos da cultura além do modelo de Paul du Gay. No entanto, reconhecemos que, para um entendimento maior dos percursos conceituais dos autores, é necessária uma problematização de cada um, assinalando os pontos convergentes e divergentes.

O interessante de apontar, nos circuitos teóricos construídos, é o papel importante que a cultura adquire na sociedade, sem recorrer à dicotomia cultura *versus* economia, mas entendendo-a como um elemento que atravessa a economia e a política. Na “virada cultural”, os artefatos ou experiências podem ser pensados em associações simbólicas (ESCOSTEGUY, 2009, p.8).

Neste trabalho, fixamos nossa atenção para o circuito da cultura empreendido na análise do Sony Walkman, que se preocupou em investigar como o Walkman é representado, quais identidades sociais são associadas a ele, como é produzido e consumido, e quais mecanismos regulam sua distribuição e uso. Apesar de serem apresentados cinco momentos diferentes do circuito, os autores fazem a ressalva de que tal separação foi feita para transmitir com mais clareza o que acontece, pois, na vida real, eles afirmam que as etapas estão interligadas de modo muito mais complexo.

A biografia do Sony Walkman é dividida em seis partes, que incluem, dentro do circuito, os processos de produção, representação, identidades, consumo e regulação. Na primeira parte, são tratadas a prática da representação e a questão das identidades, isto é, como vários grupos são associados ao Walkman. Pela análise de publicidades, os autores analisaram representações específicas, e a importância desses textos para fixar a imagem e o significado do Walkman.

Nas partes iniciais, os autores focam na produção do Walkman como um artefato cultural, buscando entender não apenas como o objeto é produzido em termos técnicos, mas também como ele é produzido culturalmente, nos modos como o sentido lhe é atribuído. A produção do Walkman é descrita nas duas formas nas quais é representada: como a atividade de indivíduos criativos, e como o resultado de um feliz acidente de trabalho da cultura organizacional da Sony. Os autores seguem o que disse Marx (apud DU GAY et al, 1997) que, para terem qualquer sentido social, a produção e o consumo devem estar articulados entre si. O artefato foi produzido tendo em mente um consumidor em potencial: os jovens. Entretanto, a tecnologia não era produzida como um objeto acabado com um impacto posterior no consumo. As práticas de consumo foram essenciais para a introdução, mudanças e readaptação e marketing do produto (id., p.59).

Ao longo do texto, destacamos as seguintes constatações: a relação entre o intermediário cultural e os estilos de vida; a sinergia entre hardware e software; a idade como variável-chave no consumo do produto; e a possibilidade de se efetuar um consumo privado numa esfera pública.

Os intermediários culturais são os designers que fazem a mediação entre o produto e o público, e atribuem ao Walkman estilos de vida com os quais os consumidores se identificam. O termo “estilo de vida” se refere à combinação de um

design sensível e comunicação visual com técnicas de segmentação de mercado (id., p.66).

A sinergia entre hardwares e softwares está presente nas tentativas da Sony em ser uma corporação global do entretenimento. Tal dimensão se explica pela constatação de que sem as fitas cassetes, o Walkman não tem utilidade, e sem as gravações musicais as fitas também são inúteis. Para alcançar tal fusão, a Sony adquiriu um selo de gravação e um estúdio de cinema. Assim, os autores apontam que a Sony não é apenas uma empresa que fabrica hardwares, mas também parte da indústria cultural, cuja produção contempla tanto produtos tecnológicos quanto formas culturais (id., p.82).

O consumo é uma instância em que também se constrói sentido, pelo uso do produto no cotidiano das pessoas. “No consumo, como na linguagem de modo geral, o uso modifica ou modula o significado de objetos de formas particulares e, ao longo do tempo, em diferentes contextos, novos significados ou inflexões surgirão (id., p.91). O consumidor típico do Walkman é descrito como um jovem do sexo masculino com origens na classe-média. Os autores salientam ainda que, se há um atributo que norteia a lógica do Walkman, não se trata de classe social, mas de idade (id., p.100).

A última parte do livro discorre sobre os efeitos do uso do Walkman na regulação da cultura nas sociedades modernas. O dispositivo é tido como uma das mais recentes tecnologias que desafiam as distinções tradicionais entre o espaço público e o privado, levando ao aumento da privatização da vida cultural. No entanto, o aparelho quebrou uma das lógicas do consumo privado, que até então era realizado na esfera doméstica, permitindo o consumo privado em esfera pública (id., p.120).

Os autores encerram o último parágrafo comentando sobre os novos fones de ouvido, bem menores e menos barulhentos que seus predecessores que cobriam boa parte da cabeça, e argumentam que essa mudança se deu na mesma época em que surgiu uma publicidade negativa em torno do Walkman devido a sua influência no comportamento anti-social. E questionam: “lembra o circuito agora?”

De fato, realizar uma proposta como a do circuito da cultura e colocá-la em prática pelo exemplo do Sony Walkman em um único trabalho é um feito louvável, mas que também deixa algumas lacunas. Em certos momentos do texto, a

impressão é de que os argumentos de Du Gay et al. ficam centralizados nas críticas aos trabalhos anteriores, em como não se deve realizar a pesquisa, e aos passos de como se deve executá-la, faltando conclusões mais tangíveis da análise do Walkman. Um exemplo disso é a crítica feita à representação reducionista do consumidor nas pesquisas de mercado e no estudo de Bourdieu. A indicação de descobrir os sentidos dos produtos a partir de seu uso no cotidiano, de uma maneira mais dinâmica, é interessante, mas, fora essa dica, os autores pouco exploram como de fato isso acontece com o Walkman. Assim, fica a dúvida de se o circuito é realmente executável para outras pesquisas, ou, ainda, se conseguiu dar conta das questões propostas pelos próprios autores que o desenvolveram.

Mesmo assim, a ideia do circuito é pertinente para pensar os objetos circunscritos na esfera dos estudos culturais. Até mesmo porque existe uma dificuldade em delimitar qual é o objeto de pesquisa da corrente teórica dos estudos culturais – e tal heterogeneidade leva a críticas que os acusam de ser uma moda acadêmica imprecisa epistemologicamente.

Em decorrência de os estudos culturais terem sempre se caracterizado por uma abertura no que se refere ao objeto de estudo e às abordagens teóricas utilizadas, parece difícil delimitar e até mesmo conceituar o que eles são. A impressão é de que esse é um daqueles temas mais fáceis de apontar a partir do que não é, do que por aquilo que é. Como dito por Scott (2005), os estudos culturais são menos uma nova disciplina do que uma gama de estratégias para deslocar e contornar as reivindicações hegemônicas das disciplinas existentes.

A primeira questão que deve ser levada em consideração é que, desde seus primórdios, os estudos culturais nunca quiseram ser uma disciplina fechada, e sempre se caracterizaram pela sua heterogeneidade no que se refere ao objeto de estudo e às práticas epistemológicas e metodológicas. Essa característica é apontada pelos críticos como um problema que colocaria em xeque a validade acadêmica dos estudos culturais. Johnson (1999) fala sobre a abertura e versatilidade teórica, espírito reflexivo e a importância da crítica nos estudos culturais, e questiona se a tentativa de codificação acadêmica não traria um fechamento sistemático – justamente o que esses teóricos evitam.

Enquanto alguns autores apontam a indefinição do objeto de estudo dos estudos culturais, outros pontuam temas que foram analisados como cultura,

ideologia, linguagem e a questão simbólica (HALL, 2006, p.191). Johnson (1999, p.25) assinala dois termos-chave nas problematizações desenvolvidas pelos EC: a consciência e a subjetividade, de modo que os EC diriam respeito às formas históricas desses dois itens, referindo-se ao lado subjetivo das relações sociais. Já Martino (2009) destaca alguns objetos que predominam nos estudos da área em questão, como textos da mídia, produção cultural, e práticas cotidianas ligadas à recepção da mídia, além de algumas grandes áreas de trabalho, como estudos de gênero, mídia, juventude e culturas urbanas.

Duas noções parecem essenciais no entendimento do que são os estudos culturais: articulação e conjuntura. A articulação diz respeito à maneira como essa corrente teórica articula trabalho intelectual e trabalho político, tanto no combate à dominação por finalidades apenas acadêmicas, quanto à exaltação das formas culturais populares desvinculadas da análise do poder e das possibilidades sociais (JOHNSON, 1999, p.22).

A conjuntura é uma noção presente nessas pesquisas, e pode ser uma das poucas características que consegue dar unidade ao que são os estudos culturais. Afinal, não basta apenas dizer que um estudo é interdisciplinar para enquadrá-lo como parte da referida corrente teórica. Da mesma forma, nem todo estudo sobre cultura pode ser entendido como EC. Também não é o objeto que define se uma pesquisa é ou não EC, nem a sua base teórico-metodológica – visto que os EC passam da antropologia à psicanálise. O que queremos sublinhar aqui é a estratégia dos EC na análise de conjuntura - nesse ponto, críticos e defensores parecem estar de acordo: “Sem objeto, sem método, mas com uma postura intelectual, um olhar e – talvez aí resida o diferencial – uma concepção ampla da cultura como uma prática cotidiana ligada a um contexto político” (MARTINO, 2009, p.10).

Antes de falar das origens dos estudos culturais e de sua relação com a música, retomamos o ponto sobre os circuitos de cultura, para apontá-los como uma particularidade dessas pesquisas. Não como método, mas como pressuposto teórico-metodológico, os circuitos da cultura aparecem como mapas para nortear as abordagens e a problematização dos objetos nos estudos culturais.

Os estudos culturais surgiram no final da década de 50 na Inglaterra, inicialmente no *Center for Contemporary Cultural Studies* (CCCS), que foi fundado por Richard Hoggart em 1964, na Universidade de Birmingham. Essa foi uma das

primeiras tradições a estudar a cultura popular, até então ignorada ou considerada alienante pelos frankfurtianos. Shuker (1999, p.119) aponta:

Em nenhum sentido há uma ortodoxia nos estudos culturais, apesar do reconhecimento de que privilegiam as relações entre a existência social e os significados culturais. Esse processo envolve a análise de instituições, textos, discursos, leituras e audiências, com todos esses elementos observados em seus contextos social, econômico e político.

A partir de uma análise do texto e da técnica etnográfica, as pesquisas realizadas no CCCS realçaram o lazer das subculturas emergidas no pós-guerra na Inglaterra - *mods*, *teddy boys*, *rockers* e *skinheads* - como veículo de dissenso e os estilos emergentes como símbolo de respostas culturais dos jovens para os problemas advindos de sua condição de classe (FREIRE FILHO, 2007, p. 33). De modo sucinto, os estudos culturais estão interessados nas relações entre textos, grupos sociais e contextos, ou ainda, em termos mais genéricos, entre práticas simbólicas e estruturas de poder (ESCOSTEGUY & JACKS, 2005, p. 39).

Entre os diversos temas de que se ocuparam os pesquisadores do CCCS, a partir do conceito de hegemonia de Gramsci, encontram-se as análises sobre como a mídia produz consenso na estrutura social. Tais estudos foram base para as pesquisas posteriores sobre música popular e subculturas juvenis (HALL&JEFFERSON, 1976), e para as investigações sobre o rock como ideologia opositiva (CHAMBERS,1985).

A novidade trazida pelos estudos culturais é a de incluir como objeto de estudo as formas culturais excluídas da cultura de elite, como o cinema, a televisão e a música popular. Com uma maneira diferente de pensar a cultura, os estudos culturais não fazem referência a uma “cultura de massas” pelo seu sentido pejorativo em relação a uma cultura alienante feita para uma massa homogênea, utilizando, em vez disso, a expressão “cultura popular”. O entendimento das audiências como não mais sujeitos passivos de um conteúdo que é despejado verticalmente também vem de encontro à teoria da Escola de Frankfurt onde, ao longo da década de 1940, Adorno e Horkheimer criaram o termo “indústria cultural” para se referirem a um sistema produtivo em que interesses comerciais e esforço artístico foram tão fundidos que não havia diferença entre uma companhia que produzia músicas ou filmes e a indústria de automóvel.

As distinções entre alta e baixa cultura começam a aparecer no início do século XIX, com o Romantismo e seus conceitos de “gênio” e “folk”. À medida que as estruturas de classe ficaram mais complicadas (principalmente com o surgimento de uma nova classe média), os julgamentos musicais também se tornaram mais complexos do que uma simples divisão entre alta e baixa cultura. (FRITH, 1996, p.27).

Nos estudos culturais, a preocupação não está mais na dicotomia alta cultura *versus* baixa cultura, mas em um sentido mais antropológico e social do termo. A cultura é entendida como a prática que realiza ou objetiva a vida de um grupo em uma forma com sentido.

A estratégia analítica sugerida por Frith (1996, p.19) é a de que não existe diferença entre alta e baixa cultura, mas que é relevante investigar como a questão tem se tornado um fato social, isto é, decorrente de práticas históricas, sociais e institucionais. Assim, se escapa de incidir tanto em uma perspectiva elitista quanto em uma populista. A premissa do autor é a de que questionamentos similares são postos para a alta cultura e para a baixa cultura. Existem eixos estético/funcionais ao redor dos quais os julgamentos da cultura – alta ou baixa – operam⁶. O que há de diferente são os padrões de sociabilidade, necessidades sociais, circunstâncias históricas e materiais em que a alta ou baixa cultura estão incorporadas, sendo, por isso, emolduradas de forma diferente.

A relação entre cultura e significado é chamada por Williams (1961, p.55) de “definição social de cultura [...] é a descrição de um modo de vida particular que expressa certos sentidos e valores não apenas na arte e na educação, mas também em instituições e no comportamento comum”. São os valores e sentidos incorporados nas relações sociais, nas instituições, nos sistemas de crenças, na moral e nos costumes e no uso dos objetos e da vida material. Williams destaca a articulação entre cultura, significado e comunicação, e afirma que a descrição que fazemos da nossa experiência compõe uma rede de relacionamentos e todo o sistema de comunicação, incluindo as artes, como partes da nossa organização social.

⁶ Os eixos mencionados por Frith serão discutidos mais detalhadamente na seção sobre o gosto, embasado no aporte teórico de Bourdieu.

Estudos posteriores na sociologia e nos estudos culturais criticaram a centralidade que Williams deu à cultura como um modo de vida geral, voltando-se para o questionamento de que o processo de produção e circulação de sentido deve ser investigado em seus mecanismos particulares. Teóricos mais recentes destacaram a autonomia relativa da cultura, a qual não pode ser apenas lida a partir da sociedade. Para eles, o papel da esfera simbólica deve ser analisado nos seus próprios termos, dando um lugar de destaque à “significação”, isto é, à produção de sentido através da linguagem (DU GAY et al, 1997, p.13).

Tanto a ideia de cultura como um modo de vida quanto o seu entendimento como produção e circulação de sentido se diferenciam da abordagem clássica e conservadora que a enxergava como um padrão de excelência estética oriunda da apreciação da alta cultura européia. É justamente nos estudos sobre alta e baixa cultura na Europa do século XIX que se encontram as origens dos estudos culturais (JACKS, 2008, p.25).

A partir dos anos 1980, as pesquisas passaram a focar o âmbito da recepção, nas análises de audiência dos meios de comunicação. Entre as críticas direcionadas aos estudos culturais, Kellner (2001) aponta que eles estariam deixando de lado a produção da cultura e sua relação com a economia política, apenas celebrando as mensagens analisadas oriundas das audiências. O que não se pode esquecer é o princípio fundamental dos estudos em questão: analisar o texto e o contexto, aliando os estudos culturais à economia política, numa análise da economia política da cultura.

Nos anos 1990, as pesquisas sobre as subculturas britânicas foram criticadas em função de os estilos e práticas subculturais terem se tornado mais efêmeros. Um dos estudos que surgiram nesse período e que nos ajudará a pensar a questão do consumo do vinil é o trabalho de Sarah Thornton (1996) sobre a cultura *clubber* na Inglaterra. A autora critica o posicionamento dos teóricos de Birmingham em deixar a mídia comercial de fora das definições de cultura autêntica. Quando a mídia aparece nos textos é em oposição às subculturas ou incorporando-as ao terreno da hegemonia. Em contraste, Thornton situa a mídia tradicional como parte do processo de legitimação das práticas culturais, de modo que sempre esteve numa relação mútua com as culturas, sendo historicamente interdependentes (1996, p.9).

Outros autores que criticam os estudos das subculturas de Birmingham se referem ao elitismo cultural, que coloca a rebeldia das subculturas de um lado e o consumo passivo da maioria do outro; ao pouco interesse em investigar as práticas culturais femininas; à falta de mais teorização sobre a questão racial, dos jovens e da música negra; à ênfase na análise do estilo visual em detrimento do consumo musical e sua influência nas culturas juvenis; à maioria das abordagens teóricas generalizantes sem apontar o que de fato significam as práticas para os próprios jovens; ao viés da questão de classe como elemento central na definição dos estilos juvenis; e à celebração romântica da autenticidade e do caráter de resistência das subculturas juvenis (FREIRE FILHO, 2007, p.35).

A abordagem empregada pelo pesquisador em seu objeto de estudo deve ser revisada com um cuidado epistemológico, para não cair em inferências deterministas nem populistas. Em outras palavras, deve-se atentar para o viés do pessimismo cultural que enxerga a cultura de massas como algo naturalmente ruim, e vê as lógicas da produção como determinantes para o consumo. Por outro lado, também devemos evitar cair em argumentos populistas, que exaltam os artefatos como ferramentas libertárias de empoderamento, e ignoram os sentidos atrelados ao objeto durante a sua produção, vendo apenas seus efeitos positivos (DU GAY et al., 1997, p.108).

Uma via de escapar das duas posições extremistas é a da contingência. A sugestão de Hall, aplicada ao estudo da produção dos textos televisivos e sua recepção, no modelo *encoding/decoding*, pode ser ampliada para o que estamos indicando, ao afirmar que, embora os textos midiáticos pudessem ser interpretados de várias formas, tais possibilidades eram limitadas, e suas audiências seriam direcionadas de acordo com sentidos particulares. As estratégias dos consumidores poderiam ser a de aceitar o discurso dominante, aceitá-lo em parte ou realizar uma interpretação de resistência ao sentido proposto. Assim, é possível fugir das inúmeras interpretações polissemânticas pregadas pelos teóricos da recepção ativa das audiências.

Aumentar o escopo de objetos dos estudos culturais é imperativo, tanto para combater as críticas quanto para empreender análises dos processos contemporâneos na esfera cultural, se não solucionando, ao menos refletindo acerca das problemáticas que se formulam hoje. Negus (apud HERSCHMANN, 2010, p. 53)

afirma que, para compreender a relação dialética de como a indústria produz cultura e de como a cultura também produz a indústria, devemos constituir uma agenda de pesquisa e metodologia que correspondam à demanda dos questionamentos.

Nosso foco de pesquisa, o consumo de discos de vinil na era da música digital, situa-nos numa parte de um processo que também envolve o circuito de produção e circulação de LPs, além da análise do artefato em si. Não obstante, para entender as lógicas que norteiam o consumo de discos, o conteúdo que o vinil carrega é intrínseco à discussão que estamos propondo. Para isso, é necessário retomar o momento em que a música passou a ser objeto de investigação dos estudos culturais.

Antes de revisar os estudos pioneiros sobre música, cabe fazer uma ressalva de que estamos nos referindo especificamente ao campo da música popular, que se trata de um fenômeno oriundo da sequência da industrialização e do advento das novas tecnologias. As dificuldades enfrentadas pelo objeto para legitimar sua relevância no meio acadêmico lembra a resistência que a cultura popular também encontrou anteriormente. Entre os argumentos, está a visão de que a música seria somente uma experiência comercial de lazer, faltando-lhe autenticidade e complexidade para ser investigada através de meios científicos como forma artística (PEREIRA, 2011, p.117).

No Brasil, embora o discurso recorrente que justifica os estudos seja o de que ainda são poucas as pesquisas que se dedicam a analisar o campo da música e da comunicação, podemos dizer que é uma área que vem se desenvolvendo bastante no país. Inclusive, a recente conquista, em 2011, de um grupo de pesquisa no Congresso Nacional de Comunicação (Intercom), intitulado *Comunicação, música e entretenimento* é um sintoma de que os estudos inseridos nessa temática vêm se consolidando.

Os estudos culturais de música popular envolvem investigadores de áreas diversas, como sociologia, musicologia, etnomusicologia, estudos culturais e das ciências da comunicação. As análises se referem ao papel central da música nas práticas sociais e culturais. Um momento decisivo na trajetória dos estudos culturais de música popular foi a fundação da International Association for the Study of Popular Music (IASPM) em 1981, e o surgimento de publicações como o Journal of

Popular Music Studies - da IASPM - e o Journal of Popular Music - da Cambridge University Press (id., p.119-121).

Um dos grandes pesquisadores da área, Simon Frith (1996, p.26), situa a música em três redes sobrepostas e contraditórias, nomeadas como: discurso da arte, discurso folk e discurso pop. Entretanto, o autor ressalta que esse tipo de prática discursiva também é efeito de contextos históricos específicos que devem ser relacionados ao cenário cultural estabelecido pelo capitalismo industrial no século XIX e pelas noções de baixa/alta cultura.

Cada um dos três discursos descritos por Frith abarca diferentes mundos musicais: o discurso da arte está no mundo da música erudita, que é o mundo da arte burguesa do século XIX; o discurso folk se situa no terreno da cultura popular, e está no mundo da música folk; já o discurso pop faz parte do mundo da música comercial, cujos valores giram em torno da indústria da música, transformando sons em commodities. A música popular se opõe à erudita, com seu sistema de notação em partituras, e à música folk, cujas raízes estão na tradição oral de origens rurais e pré-industriais. O que diferencia a música popular das outras é o uso da gravação em áudio em suportes tecnológicos como sistema de registro e circulação, produzida em massa e distribuída pelas leis do mercado (PEREIRA, 2011, p.120).

Podemos traçar um paralelo entre o conflito que se dá na relação cultura *versus* economia com o que ocorre entre criatividade *versus* mercado. De um lado, aparecem os heróis da resistência cultural: músicos, produtores e intérpretes; do outro, os vilões manipuladores: as gravadoras de disco e as corporações do entretenimento (NEGUS, 1996, p.46).

Essa tensão aparece em vários trabalhos, como o de Sara Cohen, que realizou uma etnografia com bandas desconhecidas de Liverpool. Dois tipos de bandas foram identificadas: aquelas que posicionavam sua música contra o sistema hegemônico e alienante do mercado; e as que incorporavam os valores comerciais, fazendo sua música de acordo com as leis do mercado.

Quanto ao rock, Negus observa que não se trata de uma comunidade musical surgida fora da indústria e só depois transformada em mercadoria. A sua popularidade, para o autor, emergira justamente por ser parte de um processo de produção cultural de commodities, o qual se deu num estágio de fusão entre

criatividade e mercado, alcançando uma síntese mútua na produção e consumo desse gênero musical (NEGUS, 1996, p.47).

Negus (id.) aponta a importância de se considerar o vocabulário empregado por músicos e fãs. Embora a maioria seja clichê, é o repertório comum para os agentes envolvidos. Assim, enquanto no meio acadêmico a relação mercado-criatividade seja entendida como complementar, na perspectiva dos atores sociais a tensão entre os dois polos é uma forma de dar sentido ao que acontece nas cenas musicais.

O conceito de articulação, previamente mencionado no argumento sobre o que são os estudos culturais, também se aplica para entender o que acontece entre criatividade e mercado, cultura e economia, e entre produção e consumo. Negus (id., p.133) usa o conceito como uma ferramenta para pensar sobre as conexões estabelecidas na construção de identidades musicais. Hall (apud NEGUS, id.) identifica dois sentidos para o termo “articulação”: o primeiro diz respeito ao ato de articular para se comunicar com os outros. Assim também acontece na música, em que o artista está sempre se articulando, através de variadas mediações, com o seu público, num processo de articulação de um significado cultural. O segundo sentido do termo se refere à ideia geral de unir dois elementos que não necessariamente têm relação entre si.

Nesse sentido, Negus (id.,p.135) adota o conceito de articulação, juntamente com uma abordagem não-essencialista de identidade, para indagar questões sobre o modo como formas culturais particulares se ligam a diferentes agendas políticas e identidades sociais sem presumir necessariamente um elo entre os rótulos sociais de alguém e um tipo de música específico.

Em 1989, Ruth Finnegan descreveu a produção musical em uma cidade britânica no seu trabalho intitulado *The Hidden Musicians*, constatando a importância dos rótulos musicais para as relações e comprometimento dos indivíduos em uma comunidade de gosto. A autora propõe um sentido inverso na forma de se analisar a relação entre música e sociedade: em vez de observar as condições materiais das pessoas em suas atividades estéticas e hedonísticas, deveríamos abordar como o afeto pela música e o seu consumo indicam a situação social desses indivíduos. O consumo musical é visto como intrínseco à produção e é central para a construção

da identidade dos músicos e de seus sons, por meio da imitação e da aprendizagem realizada pela escuta de gravações existentes.

Mais recentemente, nos estudos sobre música popular, também encontramos esquemas e conceituações teóricas ao estilo dos circuitos de cultura supracitados. Embora os autores não apontem suas ideias como propostas teórico-metodológicas, podemos pensá-las como roteiros para as investigações no campo dos estudos sobre música popular. Dois estudos se apresentam de extrema importância para embasar nossa pesquisa. Além do circuito de Du Gay, Roy Shuker e Simon Frith também desenvolveram noções que vão ao encontro do que estamos investigando.

Frith (1996, p.52) identifica grupos significantes no processo de julgamento da música popular: músicos, audiências, crítica especializada e produtores. Esses últimos se referem ao sentido geral de indivíduos cujo objetivo é transformar música em mercadoria. Quanto ao público, alguns termos aparecem no discurso sobre música que realizam no cotidiano: autenticidade, gosto e estupidez. Todos esses agentes integram o campo⁷ musical, que está em constante disputa.

Em seu estudo sobre os colecionadores de vinil, entendendo seu ritual como uma prática social, Shuker (2010, p.13) resgata a cultura do gramofone, na qual determinados espaços foram imprescindíveis para moldar os processos de produção e consumo de seus colecionadores. Quatro lugares são citados: os de produção e divulgação – como as gravadoras pioneiras; os de apreciação – clubes e sociedades do disco; os de aquisição – varejo de música e mercado de segunda-mão; e, por último, os lugares de mediação – a imprensa musical.

Todos os trabalhos citados - de Shuker, Cohen, Frith, Finnegan, Thornton e Negus – introduzem a preocupação em estudar a música no campo dos estudos culturais; um território heterogêneo, integrado por autores de áreas diversas, caracterizado por uma interdisciplinaridade, embora às vezes confusa de se delimitar, mas necessária para expandir os estudos sobre música para além das análises da musicologia e da etnomusicologia.

Dois autores mencionados acima recorrem ao aporte teórico de Bourdieu para discorrer sobre a questão do gosto. Shuker (2010) e Thornton (1996) relacionam a noção de capital cultural cunhada pelo sociólogo francês para entender,

⁷ A noção de campo desenvolvida por Frith é baseada no conceito de Bourdieu, que será tratado mais detalhadamente na próxima seção deste capítulo.

respectivamente, a lógica do colecionismo de discos e a existência da cultura *clubber* na Inglaterra. A discussão específica sobre a contribuição teórica de Bourdieu para o nosso trabalho será realizada na próxima seção deste capítulo. No entanto, antes de seguir em frente, é imperativo que façamos algumas considerações sobre a relação entre Bourdieu e os estudos culturais.

McRobbie (2005, p.122) questiona por que Bourdieu teria sido hostil nos últimos anos com os estudos culturais, já que vários autores desta corrente haviam se envolvido com o trabalho do sociólogo francês. Bourdieu chamou os estudos culturais de um domínio mestiço nascido na Inglaterra nos anos 1970, e de ser uma disciplina que não existe nas universidades francesas.

De fato, Bourdieu realiza análises empíricas para além de teorizações abstratas, e se preocupa com a perpetuação da desigualdade social – o que interessou aos estudos culturais no começo dos anos 1970. O autor antecipou na esfera sociológica aquilo que depois seria denominado por virada cultural, ao investigar os aspectos dos produtores culturais e dos consumidores e suas posições de classe. Para ele, um momento chave no processo de dominação foi o de impor necessidades em vez de normas – é o que acontece no consumo, em que o indivíduo não é obrigado a possuir um produto, mas ele acredita que necessita dele.

O interesse de Bourdieu não reside no discurso dominante em um sistema de significação, por exemplo, como é o caso da televisão no modelo encoding/decoding de Hall, mas em como e onde as formas culturais ou objetos se situam dentro de um espectro maior de classificações, o qual, por sua vez, assegura as relações de poder simbólico (id., p.124). A magnitude do aporte de Bourdieu com dados empíricos em *A Distinção* (2008) se dá no relato significativo sobre a distinção cultural como meio de reproduzir as desigualdades sociais através da violência simbólica. Assim, o campo da cultura se configura como um *locus* de conflitos de poder.

Du Gay et al. (1997a) reconhecem a atenção que Bourdieu deu às dimensões simbólicas do consumo, mas criticam sua análise dominada por uma concepção “pouco animadora”, na qual as pessoas apenas reproduzem a sua posição de classe através de suas atividades de consumo. Para eles, tanto as pesquisas de mercado quanto o estudo de Bourdieu engessam uma imagem de quem consome o quê, em vez de apresentar uma figura dinâmica de como os sentidos são atribuídos às commodities através da sua inserção nas relações sociais do cotidiano.

Uma grande diferença entre a perspectiva de Bourdieu e a dos estudos culturais se dá no entendimento do que é cultura (MANDER, 1987). Bourdieu costuma entendê-la no seu sentido restrito, isto é, como um estado alcançado ou um processo de desenvolvimento interior através da educação e das artes. Sua primeira função seria a de legitimar a desigualdade por meio da escolaridade, a qual, por ser aparentemente democrática, exclui aqueles que não têm oportunidade, colocando sobre eles o peso da meritocracia.

Tal linha de pensamento vai de encontro ao aspecto expressivo e criativo atribuído à experiência por Raymond Williams. Em *A Distinção*, Bourdieu argumenta que, para um entendimento pleno dos consumidores de bens culturais, deve-se pensar a cultura em seu sentido antropológico. Todavia, ao caracterizá-la como um conjunto de padrões gerais, que não são necessariamente conscientes, a partir dos quais outros padrões individuais podem ser gerados, como uma segunda natureza, novamente sua perspectiva se choca com a compreensão de cultura para Williams. O teórico britânico considera dois significados de cultura: o antropológico, que a vê como um estilo de vida; e um significado criativo, que amplia o ponto de vista de criatividade como pertencente à esfera da arte para todo o domínio da percepção (MANDER, 1987, p.449).

Outra importante diferença está na compreensão das práticas sociais como consistentes em termos de estruturas de relação – para Bourdieu – enquanto Hall e Williams as vêem como inconsistentes. Este último aponta que “é evidente que seria imprudente adotar, como primeira consideração teórica, um esquema universal ou geral que explique as relações necessárias entre cultura e sociedade (apud MANDER, 1987).

Por outro lado, as relações entre Bourdieu e estudos culturais não se fazem apenas de divergências, mas também de convergências. WacQuant (apud McROBBIE, 2005) ressalta que tem sido praxe opor a reprodução estrutural de Bourdieu às abordagens que celebram a resistência, os conflitos e a práxis do dominado, frequentemente associadas aos autores do CCCS. O autor afirma que tal controvérsia não representa nem a posição de Bourdieu nem a sua relação com a teoria de Birmingham.

Em primeiro lugar, o contexto dos anos 1960 não foi marcado apenas por ideais de contestação, pois estava também impregnado por ideias de meritocracia,

as quais foram enfatizadas por Bourdieu por serem menos visíveis e cuja eficácia se dá justamente por estarem escondidas. Em segundo lugar, a resistência ativa de estudantes poderia conspirar também a favor da reprodução da classe dominante.

Acerca dessa questão, as inferências de McRobbie (2005, p.128) parecem um pouco precipitadas. A autora afirma que os estudos culturais vêm um lugar de disputas, de jovens inquietos numa economia pós-industrial e agentes de rupturas; e que Bourdieu interpreta a situação como uma ferramenta em que os produtores culturais, na luta do novo excedente, asseguram seu status de provedores exclusivos de serviços para o *boom* dos estilos de vida e das culturas de consumo. Ela lhe dá a alcunha de teórico da coação, ou seja, como um representante da noção de que a chance de mudança radical é rara, já que tudo se inclina à conformidade com a ordem social vigente.

Não obstante, os determinismos rigorosos mencionados por Bourdieu são fatos que ele entende que deve relatar, embora não lhe agrade que o *status quo* seja assim. O que o autor discorda em relação aos estudos culturais é o seu viés excessivamente romantizado em torno da resistência – característica que fora criticada por membros da própria corrente teórica.

As teorizações propostas por Bourdieu e a influência dos estudos culturais se relacionam mutuamente em certos momentos; por exemplo, nas passagens de descrições densas em *A Distinção* sobre o senso de pobreza e depois de riqueza e conforto deixam nitidamente pistas da etnografia realizada por Hoggart em 1957 sobre a vida da classe trabalhadora. O sentido inverso também é verificado: Paul Willis descreve o habitus e as práticas contraculturais de jovens da classe trabalhadora.

Por fim, os feitos realizados pelos autores do CCCS e por Bourdieu sugerem uma complementaridade em vez de uma oposição. Entre outras evidências, destaca-se a edição do periódico *Media, Culture and Society*, de julho de 1980, voltado para o trabalho de Bourdieu, em que autores como Willis enxergam em seu aporte teórico um movimento “em direção ao cumprimento da promessa de uma teoria materialista da cultura, na qual uma prática cultural e uma política possam se basear” (BOURDIEU & WACQUANT, 1992, p.81).

Nesse sentido, orientamos nossa pesquisa rumo a uma integração entre o legado teórico dos estudos culturais – que nos é estimado para pensar os processos

em torno da prática cultural de colecionar vinil, juntamente com a sociologia do gosto de Bourdieu, no que se refere à atribuição de sentidos a essas práticas. Embora algumas noções, como a de cultura, sejam contraditórias no entendimento de cada um dos paradigmas, parece-nos mais profícuo trabalhar dialeticamente com ambos, conquanto estejamos cientes do desafio proposto.

Após essas considerações, que, de certa forma, já introduziram algumas noções a respeito do pensamento de Bourdieu, vamos à próxima seção do trabalho, que tratará apropriadamente de dois conceitos essenciais para nossa pesquisa: o de capital cultural e o de campo.

1.2 UMA QUESTÃO DE GOSTO

As pessoas ainda compram discos e atribuem valor a eles, ao acreditar que valem a pena. Então, voltamos nossa análise para o entendimento deste gosto particular, para conhecer quais critérios estão em disputa na legitimação do vinil como um artefato colecionável. O que está em jogo: é o vinil em si, como um objeto a ser cultuado, ou a forma como ele é garimpado e inserido em uma coleção maior?

Enquanto outros estudos apontaram anteriormente a distinção de uma determinada cultura em oposição à outra, por exemplo, a cultura *trash* em oposição ao “bom gosto” (CASTELLANO, 2009), ou o underground como a negação ao *mainstream* nas culturas de música eletrônica operando em um sentido inverso às lógicas do mercado (MOREIRA, 2007); no caso dos colecionadores de vinil, o discurso do analógico não se apresenta como antagônico ao formato digital, mas como complementar. Além de consumirem música em mp3 e outros formatos na internet, a distinção dos colecionadores se dá propriamente pela aquisição de discos que fazem parte de um consumo maior de música, que inclui outros formatos, não obstante a particularidade que faz a diferença é a coleção de LPs.

As coleções musicais também são pensadas no contexto das novas tecnologias de comunicação e de informação. São novas formas de armazenar e de cuidar de coleções, como aplicativos que disponibilizam acesso à discografia de artistas (WALTENBERG, 2012). Todavia, nosso foco está centrado nas coleções analógicas de música.

A maneira de apropriação é, por si só, um manifesto simbólico cujo sentido e valor dependem de quem a interpreta e também de quem a produz. O modo como se usam os bens simbólicos é um dos marcadores das classes sociais para Bourdieu. Já Frith (1996), trazendo a questão para o universo das opiniões sobre cultura popular, diz que elas não são sobre gostar ou não gostar necessariamente, mas sobre as formas de ouvir, modos de escutas, maneiras de ser.

Bourdieu argumenta que as obras culturais são o objeto de uma apropriação exclusiva, material ou simbólica, e garantem, ao operarem como capital cultural, um ganho tanto de distinção, proporcionado à raridade dos instrumentos necessários à sua apropriação, quanto de legitimidade, que consiste na justificativa para existir, e em ser como deve ser (2008, p.214). Para compreender melhor o funcionamento dos artefatos culturais como capital cultural, devemos voltar para as explicações do sociólogo francês sobre o universo global do capital.

O capital se apresenta em três formas fundamentais: como capital econômico – que é imediatamente e diretamente passível de ser convertido em dinheiro e pode ser institucionalizado nas formas de direito de propriedade; como capital cultural, que é permutável, em certas condições, em capital econômico e pode ser institucionalizado nas formas de qualificações educacionais; e como capital social, construído a partir de obrigações sociais (contatos), que é conversível, em certas condições, em capital econômico e pode ser institucionalizado nas formas de um título de nobreza (BOURDIEU, 1986, p.244).

Uma relação social que produz e reproduz efeitos no seu campo específico, com propriedades incorporadas (disposições) e objetivadas (bens econômicos ou culturais) – essa é a definição de capital para Bourdieu. Nele, a lógica específica de cada campo determina quais propriedades são mais valorizadas no campo em questão, e funcionam como capital específico dele, sendo um fator explicativo das práticas (id., 2008, p.107).

Para nossa pesquisa, o conceito-chave é o de capital cultural, que funciona em três modos diferentes: no estado incorporado, na forma do que é chamado de cultura, pressupondo um trabalho de assimilação, o qual demanda tempo que deve ser investido; no estado objetivado em objetos materiais e na mídia – como textos, pinturas, monumentos – sendo transmitido na sua materialidade; e no estado institucionalizado, na forma de qualificações acadêmicas (id., 1986).

Neste estudo, um desafio epistemológico que se apresenta é o de atualizar as contribuições de Bourdieu para o recorte contemporâneo sem, simultaneamente, deslocar uma parte de sua teoria descontextualizando-a de sua ideia original. De modo sintético, o que queremos dizer é que não podemos falar em capital cultural desarticulando-o de sua relação original com o conceito de classe social.

Nas pesquisas denominadas pós-subculturalistas, como a etnografia da cultura *clubber* britânica realizada por Sarah Thornton (1996), em vez de se ocupar dos conflitos simbólicos entre classes diferentes ou dentro de uma mesma classe social, as disputas analisadas estão inseridas dentro de uma subcultura específica. A ideia de capital subcultural, desenvolvida pela autora supracitada, não está tão ligada à questão de classe como o capital cultural. A premissa da qual a distinção subcultural parte é a da fantasia da ausência de classe. Uma razão apontada pela autora que pode explicar o ofuscamento das origens de classe no capital subcultural seria a de que ele é definido como um conhecimento extra-curricular, não sendo ensinado na instituição escolar.

Assim, para não abrir mão do conceito de capital cultural – que nos é valioso para desvendar a problemática à qual nos propomos – problematizaremos a questão da classe social de acordo com a sua manifestação na fala dos interlocutores. Apesar disso, reconhecemos *a priori*, que a prática de colecionar discos é um investimento que envolve afeto, mas também uma quantia econômica considerável para ser objetivada (em discos, vitrolas e caixas de som).

Ainda assim, faz-se necessário destacar que enquadrar os colecionadores de disco a uma classe ou fração de classe específica seria uma forma reducionista e determinante de uma prática que atravessa as diferentes classes – como, por exemplo, o caso do zelador de condomínio que tem sua coleção de discos, ou do milionário que tem mais de 500 vitrolas. Obviamente existem diferentes graus de colecionadores, mas a lógica que permeia tanto a disposição para colecionar LPs do universitário que economiza em comida para comprar seus discos no fim do mês, quanto de célebres colecionadores como Ed Motta é a mesma.

É através da ação prática dos indivíduos, nesta pesquisa, referente à frequência em lojas de disco, feiras, shows, consumo de revistas musicais, compra em sites de leilão e portais da internet, que se legitima a sua posição como colecionadores. Assim, a competência do *connaisseur*, isto é, daquele que é

familiarizado com uma determinada arte – o exemplo citado no texto de Bourdieu é o do gourmet e, nesta pesquisa aplicamos ao caso do colecionador de vinil – é resultante de uma lenta familiarização, de um contato prolongado e repetido com obras culturais e pessoas cultas. O apreciador de arte – ou consumidor de discos – pode interiorizar seus princípios de construção de modo não-consciente, da mesma forma com que o aprendiz adquire inconscientemente as regras da arte (BOURDIEU, 2008, p.65).

Existe um grande valor simbólico atrelado às formas de cultura adquirida fora do ambiente escolar, e a familiaridade em relação a ela, bem como a experimentação de áreas menos legítimas e o distanciamento do indivíduo do mundo escolar, concedem-lhe um elevado nível de distinção (id., p.62). Entretanto, a competência para acumular saberes gratuitos, como o nome de diretores de filmes, está mais vinculada ao capital escolar do que à frequência das salas de cinema. Assim, tal aptidão é o produto não-intencional de aprendizagens, que possibilitam uma disposição da cultura legítima adquirida por meio da família ou da escola.

A grande contribuição de Bourdieu para este trabalho se dá no seu entendimento de que o gosto, em se tratando de cultura legítima, não é algo natural como pensa o senso comum, mas resultado de uma construção social a partir da educação e da origem social (id., p.9). “Os bens culturais possuem, também, uma economia, cuja lógica específica tem de ser bem identificada para escapar ao economicismo”. Para fugir de uma racionalidade econômica reducionista, o sociólogo francês distingue três pontos que devem ser averiguados: as condições em que os consumidores dos bens e os seus gostos são constituídos, as variadas formas de se apropriar dos bens que podem ser considerados obras de arte e as condições sociais do modo, considerado legítimo, de se apropriar.

O autor identifica três universos de gosto, os quais correspondem a níveis escolares e a classes sociais: o gosto legítimo – dos estetas e das obras de arte legítimas, cresce de acordo com o nível escolar para atingir a frequência mais alta nas frações da classe dominante mais ricas em capital escolar; o gosto médio – recorrente nas classes médias ou nas frações intelectuais da classe dominante, refere-se a obras menores das artes maiores e a obras maiores das artes menores; o gosto popular – das classes populares, varia conforme o capital escolar, sendo

mais comum entre empresários da indústria e do comércio do que entre professores primários e intermediários culturais (id, p.21).

Para Bourdieu, os gostos existem a partir de dois elementos: de bens classificados e ao mesmo tempo classificantes, hierarquizados e hierarquizantes, e de pessoas dotadas de princípios de classificações, de gostos. O autor adverte, no entanto, que pode haver gosto sem bens (como princípio de classificação) e bens sem gosto. Um exemplo dos bens sem gosto, ou que aparecem antes do gosto dos consumidores, é o da pintura e da música de vanguarda, que só vêm a ser legitimados depois de um tempo de terem sido produzidos, ou depois da morte do produtor. Nesse sentido, esses bens colaboram para formar os gostos.

O autor dá a seguinte definição, que chama de provisória: “os gostos, entendidos como o conjunto de práticas e de propriedades de uma pessoa ou de um grupo são produto de um encontro (de uma harmonia pré-estabelecida) entre bens e um gosto”.

Os gostos são o produto deste encontro entre duas histórias – uma em estado objetivado, outra em estado incorporado – que se conciliam objetivamente. Daí sem dúvida uma das dimensões do milagre do encontro com a obra de arte: descobrir uma coisa de seu gosto, é se descobrir, é descobrir aquilo que se quer (“é exatamente o que eu queria”), aquilo que se tinha a dizer e que não se sabia dizer, e que em consequência não se sabia.

A dica sobre como interpretar de forma adequada as variações observadas na relação com as diferentes artes legítimas, entre as classes ou no interior de uma mesma classe, é a de analisar os usos sociais, legítimos e ilegítimos, a que se propõem as artes, obras, instituições ou gêneros em questão. No caso específico da cultura da música, sua exibição:

é algo diferente de uma simples soma de saberes e experiências, acompanhada pela aptidão para discorrer a seu propósito. A música é a mais espiritualista das artes do espírito; além disso, o amor pela música é uma garantia de ‘espiritualidade’[...] A música é a arte pura por excelência: ela nada diz, nem tem nada para dizer, como nunca teve uma verdadeira função expressiva [...] representa a forma mais radical, mais absoluta, da denegação do mundo e, em especial, do mundo social que, segundo o *ethos* burguês, deve ser obtida de todas as formas de arte (id., p.23-24).

Entre a metodologia que aponta uma tabela contingente entre uma preferência ou outra, e aquela que se limita a uma universalização de uma

experiência particular, o autor aponta as significações múltiplas e contraditórias das obras para os agentes sociais, considerando: 1. as propriedades socialmente associadas a elas – como a imagem social das obras, dos autores dos instrumentos correspondentes; 2. as propriedades de distribuição que decorrem da relação entre as obras com as diferentes classes ou fração de classes e com as condições correspondentes de recepção (id.,p.24).

Um estudo recente que desenvolve a ideia de capital cultural musical aplicado ao universo dos colecionadores de disco é o de Roy Shuker (2010), no qual o autor analisa o desenvolvimento histórico da prática de colecionar discos, seu status atual, e a estrutura em que essa prática funciona. As motivações que levam os colecionadores em seu processo são atividades sociais. O autor detém o foco sobre quem coleciona e por que, o que está sendo colecionado e o processo de colecionar – incluindo lugares de aquisição, a emoção da busca e o encontro. O contexto gerado pela indústria da música também é levado em conta, particularmente o papel da imprensa musical e das gravadoras em moldar e responder ao colecionismo.

Para Shuker (2010), reconhecer o que é colecionável está relacionado a um forte senso de discernimento em identificar um cânone, isto é, aquilo que tem valor musical estético. Mas não é apenas o cânone que é valorizado, as relações que se estabelecem no campo também indicam os artistas valorados por serem raros ou ainda aqueles que não têm mérito musical, mas têm a arte da capa valorizada em detrimento do conteúdo.

O julgamento de uma obra, e o seu entendimento pela forma em vez de pela função, depende tanto da intenção estética quanto da intenção do público e de sua capacidade em se conformar às regras da arte. A intenção que parte do produtor é resultado das convenções sociais que auxiliam na delimitação do que é um objeto técnico e o que é um objeto de arte. Já a intenção que parte do consumidor é função das normas que gerem a relação com a obra de arte em um contexto histórico e social (BOURDIEU, 2008, p.33).

Nesse sentido, a pergunta que vem à tona é: para quem os artistas estão produzindo seus LPs? Qual público eles buscam alcançar com este suporte? A resignificação do vinil não se deu apenas na esfera do consumo, quando passou a ser venerado por colecionadores, mas também no âmbito da produção. Afinal, produtores e gravadoras que voltaram a produzir LPs não são ingênuos ao ponto de

acreditar que o vinil voltará a ser o formato hegemônico no mercado. Todavia, se ainda assim insistem nessa produção, existe uma intenção de atingir um determinado público. Quem é esse público em potencial?

Bourdieu discorre sobre a relação burguesa com a cultura, a partir da sua inserção precoce no universo de pessoas, práticas e objetos considerados cultos e, além disso, também da execução da prática de um instrumento, oferecendo uma maior familiaridade com a música do que a exposição daqueles que apenas a contemplam através dos concertos ou discos. Fazendo um paralelo com o contexto contemporâneo, em que a maioria das pessoas consome música por formatos digitais – pirateados ou não – a objetivação da escuta atenta por meio da apreciação de um álbum em vinil permite um contato maior e mais intenso com a música do que simplesmente ouvi-la como trilha de fundo no computador enquanto se executa outras tarefas.

Apesar de a ideia de distinção ter sido desenvolvida em um outro contexto – na França dos anos 70 – ainda é importante para a compreensão das lógicas que norteiam a cultura, não mais restrita às velhas dicotomias de alta e baixa cultura, mas atravessando o universo da cultura popular midiática. Thornton (1996) aponta as dinâmicas de distinção presentes nas culturas contemporâneas, cujos sistemas de distinção ainda têm muito por serem pesquisados, tal como foram os cânones da alta cultura anteriormente. A autora indica o caminho: em vez de denominar as diferenças culturais como resistências ao sistema hierárquico ou à hegemonia das classes dominantes, sua perspectiva é a de analisar as microestruturas de poder imbricadas nas discussões sobre cultura que acontecem entre grupos sociais mais associados entre si. Enquanto o seu estudo de caso recai sobre uma cultura juvenil, e as formas como essas pessoas negociam e acumulam status dentro do seu próprio mundo social, a nossa pesquisa se volta para os colecionadores de disco – não circunscritos por uma faixa etária, nem – feitas as ressalvas anteriores – por uma determinada classe social.

Assim, trazendo a noção de capital cultural e formas de classificar os gostos para o contexto atual, aproximamos nossa abordagem à de Frith (1996), que investiga as formas de julgamento na cultura pop a partir de duas premissas: a primeira é que a essência da prática cultural popular é fazer julgamentos e avaliar diferenças; a segunda é que não há razão para acreditar a priori que tais

juízos operam de modo diferente em esferas culturais diferentes. Numa discussão, ficou claro para o autor que a questão não era o valor, mas a autoridade, isto é, não importa se os Pet Shop Boys são bons ou não, mas quem tem a autoridade para dizer isso. A cultura popular poderia ser definida como um setor em que todos reivindicam a autoridade de classificar, já que ninguém precisa ter um título acadêmico para discorrer sobre o tema. Na prática, entretanto, claramente existem pessoas – fãs – que posicionam seu conhecimento como superior, e sua experiência e comprometimento dão aos seus juízos um peso particular: é assim com os críticos de rock. É uma espécie de capital cultural popular, uma razão pela qual os fãs ficam aborrecidos com as críticas, não apenas por ter opiniões diferentes, mas por terem sanção pública para declará-las.

Enquanto para Bourdieu, o que define a alta cultura em primeiro lugar é a posse de capital cultural, Frith aponta um uso similar de conhecimento acumulado e habilidade discriminatória presente nas formas da baixa cultura, com o mesmo efeito hierárquico. Baixa cultura gera o seu próprio capital – nas suas formas (por exemplo, nas culturas da música eletrônica), que são organizadas em torno da exclusividade, mas igualmente significativa para os fãs. Alguns fãs clamam ter uma experiência mais rica de sua fruição particular do que consumidores ordinários ou passivos. E essa é uma razão por que é problemático tomar os fãs generalizadamente como consumidores comuns.

As disputas musicais não se dão sobre a música em si, mas sobre como situá-la, o que é que tem sobre a música que deve ser avaliado. Só podemos ouvir a música como valorada quando sabemos o que ouvir e como ouvir. A recepção da música, e as expectativas não são geradas a partir dela própria.

A relação com a música, para Barthes (apud BOURDIEU, 2008, p.74), se dá entre o corpo do ouvinte e o corpo interno do intérprete, evocando dois modos de aquisição: uma música para discófilos – que se refere à demanda em torno da extensão da escuta e desaparecimento da prática – que se apresenta sentimentalmente clara, traduzindo uma emoção e representando um significado; do outro lado, a arte que prefere o sensível ao sentido, o gosto pelos artistas do passado e aversão aos artistas atuais. Nos dois modos o que se mostra é a oposição entre o douto – que é familiarizado com os códigos e regras; e o mundano – que usufrui, sente e se liberta de intelectualismos e pedantismos.

O que determina se um objeto é colecionável é um conjunto de questões como: oferta e demanda; custo e condição; aura e autenticidade; raridade e valor. O gosto e o que é colecionável são historicamente contingentes, refletem tendências demográficas e geracionais e representam formas variadas de capital cultural. Com base nessa mesma lógica, alguns gêneros são considerados mais colecionáveis que outros, mas o seu status entre os colecionadores é contingente, mudando ao longo do tempo (SHUKER, 2010).

De um modo sucinto, para Bourdieu, todos os bens oferecidos tendem a perder sua raridade relativa e seu valor distintivo à medida que cresce o número de consumidores que estão, ao mesmo tempo, inclinados e aptos para a sua apropriação. Assim, quanto maior a divulgação, maior a desvalorização. A raridade do produto e a raridade do consumidor diminuem paralelamente. É dessa forma que os discos ou os discófilos “avançam” a raridade do melômano. A raridade abolida é reintroduzida, por exemplo, no culto dos 78 rpm, ou no fenômeno recente dos novos consumidores que passaram a se dedicar a coleções de vinis, para se diferenciar de meros ouvintes de música em mp3.

O gosto é uma disposição adquirida para “diferenciar” e “apreciar”, de acordo com a afirmação de Kant, ou, se preferirmos, para estabelecer ou marcar diferenças por uma operação de distinção que não é – ou não necessariamente – um conhecimento distinto, no sentido de Leibniz, já que ela garante o reconhecimento (no sentido comum) do objeto sem implicar o conhecimento dos traços distintivos que propriamente o definem (id., p.434)

Para falar sobre o gosto claro, mas confuso, Leibniz (apud BOURDIEU, 2008, p.547) cita o exemplo das cores, sabores e odores, que são discernidos “pelo simples testemunho dos sentidos e não por marcas enunciáveis”, o exemplo dos pintores e artistas que, capazes de reconhecer uma obra bem ou mal feita, não conseguem justificar seu julgamento a não ser pela invocação da presença ou ausência de “um não sei o quê”. – É o que acontece com os colecionadores, que, ao serem questionados sobre se existe diferença entre o som do vinil, do CD e do mp3, afirmam que sim e, embora não saibam explicar tecnicamente a sonoridade dos graves, eles “sentem” que a música no LP é mais quente, mais “humana”, mais “autêntica”.

1.3 A AURA DO AUTÊNTICO E DO NOSTÁLGICO

Mas afinal, o que significa a autenticidade no som do vinil? Se tanto o LP quanto o CD e o mp3 tratam-se de arquivos reproduzíveis, o que faz com que o vinil seja mais valorado do que os outros formatos?

O que faz do vinil mais autêntico do que o CD ou do que o mp3 não é o seu valor econômico, mas o capital simbólico construído em torno de sua existência. Para discutir essa questão, retornamos ao texto clássico de Walter Benjamin, e a duas noções que fazem parte do discurso sobre os discos de vinil: nostalgia e autenticidade. Elementares para entendermos os processos de valoração deste artefato, a nostalgia aparece como uma variável que confere autenticidade ao vinil, no seu processo de legitimação.

Embora o famoso texto “A obra de arte na era da reprodutibilidade técnica”, tenha sido escrito na década de 30, ainda é pertinente para pensar as lógicas inseridas nos produtos culturais. A obra de arte sempre foi reproduzível, mesmo antes de serem criados os aparelhos técnicos reprodutores, a partir do exemplo da imitação entre os indivíduos, que já exercia o papel de reproduzir a arte. A autenticidade é problematizada no texto, e a da obra de arte é entendida como o “aqui e agora”, e sua característica é de existência única, por mais que a sua reprodução seja perfeita.

A origem do termo “autêntico” vem do grego, e significa “feito por si mesmo”. Assim, é oposta à produção massiva e alienante da escala industrial. Um exemplo da integridade ética é o do artista que compõe e interpreta a própria música (KEIGHTLEY, 2006, p.185). “A autenticidade de uma coisa é a quintessência de tudo o que foi transmitido pela tradição, a partir de sua origem, desde sua duração material até o seu testemunho histórico” – as palavras de Benjamin atribuem à autenticidade uma certa aura, que é o que se atrofia na época da reprodutibilidade técnica. Benjamin (1936) afirma que, de modo geral, “a técnica da reprodução destaca o domínio da tradição do objeto reproduzido”. De modo sintetizado, o autor caracteriza a aura como “uma figura singular, composta de elementos espaciais e temporais: a aparição única de uma coisa distante por mais perto que ela esteja”.

Para Benjamin, o domínio da autenticidade escapa à reprodutibilidade técnica, pois embora o autêntico tenha autoridade em relação à reprodução manual,

na reprodução técnica isso não ocorre. O autor aponta a maior autonomia da reprodução técnica para com a obra original se comparada com a reprodução manual. Nesse ponto, podemos citar um exemplo da música no momento de sua execução única, na performance realizada num show, e a mesma canção reproduzida em um álbum. O mesmo fã que assistiu à apresentação ao vivo pode perceber detalhes referentes à sonoridade, melodia e letra da música na versão gravada que não notou durante a experiência do show. “[...] a reprodução técnica pode colocar a cópia do original em situações impossíveis para o próprio original. Ela pode, principalmente, aproximar do indivíduo a obra [...] o coro, executado numa sala ou ao ar livre, pode ser ouvido num quarto” (id.).

O caráter único da obra de arte é igual à sua entrada no contexto da tradição, quando esta é considerada como algo vivo, que se transforma de acordo com a conjuntura em questão. O exemplo citado pelo autor é o de uma antiga estátua de Vênus, inserida numa tradição entre o povo grego, sendo adorada como um objeto de culto; já na Idade Média, a mesma estátua era vista pela Igreja como um símbolo maligno. Embora o sentido atribuído à estátua fosse diferente nas duas tradições, ambas tem em comum a aura da estátua, sua unicidade.

A relação entre a aura da obra de arte e o ritual existe desde os primeiros objetos de arte, com o propósito de servir a rituais de magia e, posteriormente, religiosos. A partir da reprodutibilidade técnica, a obra de arte se torna autônoma, não sendo mais interligada ao ritual. Todavia, a noção de ritual se adapta à contemporaneidade, de modo que a própria prática de colecionar discos se configura como um ritual que começa na garimpagem do LP e demanda do indivíduo certas regras inseridas neste processo ritualístico⁸.

Alguns movimentos contrariam o que foi dito por Benjamin. Conquanto para ele, a aura e o ritual desapareçam dos objetos reproduzidos, a autenticidade, como a própria tradição, também se transforma e se conforma à arte em questão. Por exemplo, o LP, objeto reprodutível por natureza, tem características associadas a si por colecionadores que lhe conferem maior ou menor valor autêntico. Tal condição se dá em decorrência de o vinil ser o artefato original histórico da música por excelência. Os entrevistados de Shuker (2010) apontam a importância da

⁸ A prática do colecionismo e o ritual envolvido neste processo empreendido por fãs e aficionados será descrita mais detalhadamente no capítulo 2.

materialidade do formato, dos ruídos originais das gravações que desapareceram no CD. Dessas observações, apreendemos que surgem novos valores de autenticidade, específicos à música gravada.

Inicialmente, as gravações copiavam os concertos ao vivo, mas o estúdio de gravação passou a ser o lócus de criação dos artistas, e as tecnologias de gravação, em vez de corroerem a aura, dispersaram-na e a reposicionaram. As mudanças no consumo de música colaboraram no processo de assimilação da música gravada, numa transformação gradual da circulação, sentido, estrutura e valor tanto dos discos quanto das culturas musicais. Os valores associados à aura passaram a ser o de discos novos, raros e exclusivos (THORNTON, 1996).

A autenticidade é um dos valores mais importantes atribuídos à música popular, se não o mais importante. Encontrada em variados estilos musicais por artistas, crítica e fãs, ainda é pouco investigada no campo acadêmico e continua mistificada. Thornton (id., p.26) aponta:

A música é percebida como autêntica quando soa verdadeira ou é sentida como real, quando tem credibilidade e se mostra genuína. Numa era de infundáveis representações e mediação global, a experiência da autenticidade musical é compreendida como uma cura tanto para a alienação (porque oferece sentimentos de comunidade) e dissimulação (porque estende uma sensação do realmente “real”). [...] Apreciada como um antídoto para o hype comercial. Em suma, autenticidade é para a música o que os finais felizes são para o cinema de Hollywood – a recompensa reconfortante da suspensão por descrença.⁹

O vinil é a prova de que a aura não é restrita ao objeto único de arte, como postulou Benjamin, mas pode se estender ao universo dos artefatos reproduzíveis. Ouvir a música de nossas bandas favoritas em LP, nas gravações de estúdio originais, é o mais próximo que podemos chegar da performance ao vivo de alguns ídolos. Ainda mais se considerarmos que a maioria dos cânones musicais já desmantelou suas formações originais ou estão mortos. Mas a imortalidade da obra desses artistas está na música, que permanece viva nos sulcos do vinil.

⁹ Do original: “Music is perceived as authentic when it rings true or feels real, when it has credibility and comes across as genuine. In an age of endless representations and global mediation, the experience of musical authenticity is perceived as a cure both for alienation (because it offers feelings of community) and dissimulation (because it extends a sense of the really “real”). [...] It is valued as an antidote to commercial hype. In sum, authenticity is to music what happy endings are to Hollywood cinema – the reassuring reward for suspending disbelief”.

O caráter de resistência do vinil está relacionado ao valor nostálgico. A subcultura dos colecionadores de vinil (PLASKETES, 1992) é composta por aqueles que, por variados motivos, resistem à tecnologia ou progresso e que se afeiçoam ao artefato, colecionando ou preservando parte dele por causa do significado e experiência que ele contém.

Como dito por Shuker (2010), um motivo que abarca a preferência pelo vinil é a nostalgia, relacionada à reconhecida aura e autenticidade do formato. As variáveis que influenciam as opiniões dos colecionadores foram classificadas pelo autor nos seguintes itens: nostalgia e memória geracional/histórica; autenticidade e aura; fisicalidade do formato; arte das capas; raridade dos *singles*; e a escolha do formato pelos DJs.

O termo nostalgia vem do grego “nostos”, que significa “retornar ao lar”, e “algia”, que diz respeito a uma condição dolorosa, sendo assim uma angústia sofrida para voltar para casa. Cunhado pelo físico suíço Johannes Hofer no final do século XVII, o termo se referia à saudade do lar sentida frequentemente por mercenários suíços nas batalhas travadas longe de suas casas. Os sintomas associados a esse primeiro sentido de nostalgia eram: melancolia, instabilidade emocional e desânimo (DAVIS, 1979, p.1).

Entretanto, para Yochim e Biddinger (2008), a nostalgia sozinha não dá conta de explicar o espaço ocupado pelo vinil na cultura norte-americana. A perspectiva de que existem relações entre os discos e as ansiedades sobre vida e morte, as quais situaram os discos como um bem produzido massivamente que pode ser imaginado como valioso de formas comumente associadas a objetos raros ou únicos. (id., p.184) vai ao encontro da ideia, que encontramos em campo, de que o vinil é mais “humano” e que os outros formatos são mais “frios”.

Apesar de a nostalgia por si só não explicar a preferência pelos discos de vinil por parte dos colecionadores, ela é sim um fator importante a ser considerado. A nostalgia se ocupa do passado, mas não de qualquer passado. Trata-se de um passado especial, cuja recordação é significativa para o indivíduo, e pode ser ativada e sentida a partir da audição de uma música que não se ouvia há muito tempo, mas que traz de volta memórias de uma experiência de outra época. Davis exemplifica a questão ao sugerir que o passado contido em livros de história e

almanaques não remete à nostalgia por não fazer parte das vivências pessoais do leitor.

No entanto, parece-nos pertinente problematizar a questão: embora muitos colecionadores não fossem nascidos na década de 60, alguns deles sentem nostalgia de um tempo que não viveram, mas com o qual se conectam através da música na vitrola. O LP funciona como uma cápsula do tempo, que permite uma volta à época em que o disco foi gravado, à forma como ele foi pensado para ser executado. É um artefato que se insere na cultura da memória. Ribeiro (2012) aponta para o sucesso do mercado da nostalgia, no qual os objetos de decoração remetem ao passado, tanto como referência histórica e cultural, quanto como modelo estético.

Apesar de haver uma moda retrô, em que há um fetiche por um estilo de vida com filtros de Instagram, nem toda memória é apenas moda, ela também produz reflexão e conhecimento (id.). Em um período em que há uma “aceleração da história”¹⁰, e que parece haver uma ruptura com o passado, é a memória que possibilita um elo mais estável com a realidade. A autora cita ainda um outro aspecto da memória:

É importante observar – e é isso que tentaremos demonstrar aqui – que a memória contemporânea se constitui a partir do “espírito do seu tempo”. Suas práticas se realizam segundo a lógica social hegemônica. Em muitos casos, em vez de ancorar territórios, pode – ao contrário – desestabilizar o senso seguro do passado, se espetacularizar e se tornar objeto de consumo rápido. O que não significa que isso sempre aconteça. A memória pode também, por outro lado, funcionar como uma forma legítima de reativação e de conhecimento das experiências do passado (id.).

Enquanto a autora trabalha com a ideia de lugares de memória cunhada por Pierre Nora para se referir a textos da mídia, produtos como telenovelas e filmes e até mesmo redes sociais como o Facebook, lançamos a premissa de que o LP opera também como um lugar de memória. Numa época em que a forma de consumir música foi banalizada, o vinil possibilita ao colecionador entrar em contato com a música de um modo diferente. Ele pode se sentir mais próximo do artista, o som pode soar diferente do que o do mp3 para ele, e posicionar a agulha no sulco pode ser uma forma de retornar a outra era. Uma era analógica, mais artesanal.

¹⁰ Termo utilizado por Pierre Nora (1984).

Nesse sentido de evocação do passado, Simon Reynolds (2011) investigou o conjunto de usos e abusos na contemporaneidade do passado do pop em seu livro intitulado *Retromania*. A análise vai desde os discos de catálogo ao imenso arquivo do Youtube e às mudanças massivas no consumo de música engendradas por dispositivos como o Ipod. No espectro do rock, ele cita as bandas do passado que continuam na ativa fazendo turnês e gravando discos, e os artistas que se reúnem em um longo período depois do fim da banda. Ele também menciona a nova velha música, que é feita por artistas atuais altamente influenciados pelo rock clássico.

O subtítulo do livro de Reynolds, numa tradução livre, pode ser entendido como “o vício da cultura pop pelo seu próprio passado”. É nessa linha que o autor desenvolve suas ideias e questiona se é possível que o maior perigo para o futuro da cultura da música seja o seu próprio passado. Quanto aos colecionadores de vinil, ele argumenta sobre um caráter transgressivo em aprimorar a estética do bom gosto “a cultura do colecionador de discos precisa abrir novas fronteiras, e faz isso ao reinventar o passado: redesenha o mapa da história do pop e valoriza o esquecido e descartado” (id., 2011, p.151)¹¹.

O autor afirma que o retrô é mais sobre o presente do que sobre o passado que parece revirar, visto que se utiliza do passado como um arquivo de material de onde é possível “extrair” capital subcultural através da reciclagem e recombinação.

A “febre de arquivamento” discutida por Jacques Derrida é similar ao que acontece com o delírio da documentação atual. São os milhares de bytes de fotos e vídeos armazenados em computadores pessoais que raramente serão revistos. Com o acesso facilitado às novas tecnologias como máquinas fotográficas presentes até em aparelhos celulares, tornamo-nos, para usar um termo de Pierre Nora, historiadores de nós mesmos. Mas, como dito por Ribeiro (2012), “muita memória pode significar memória nenhuma” e, para resistir a um tsunami de informações, algumas pessoas retornam ao vinil. Reynolds comenta que, até mesmo ao comprar um CD, sente que está nadando contra a maré da história:

O fonograma gravado é uma espécie de escândalo filosófico no qual ele toma um momento e o faz perpétuo; ele segue uma direção errada na via de mão única que é o tempo. Em outro sentido, um dos problemas da música pop é que a sua essência é o evento – época- momentos

¹¹ Do original: Record collector culture needs to open new frontiers, and it does this by reinventing the past: redrawing the map of pop history and valorising the disregarded and discarded.

definidores como a aparição de Elvis Presley no programa de Ed Sullivan [...]. Mas a mídia da qual ele depende para ser divulgado – discos e televisão – permite que o evento se torne permanente, sujeito à repetição infinita. O momento torna-se um monumento (REYNOLDS, 2011, p.36).¹²

O passado evocado pelos colecionadores entrevistados por Yochim e Biddinger (2008) reflete as memórias de infância, ou de um modo idealizado. Mais do que afirmar que o passado é especial de um certo modo, eles estão dizendo que o vinil conecta-os com outras pessoas. Coletar vinil é visto como uma prática social.

Aliás, a ideia de prática social já estava presente no estudo de Davis (1979), quando seus informantes demonstravam desejo de compartilhar as reflexões nostálgicas em gostos peculiares com os outros em uma espécie de “elixir de fazer amigos”¹³. O autor divide a nostalgia em três tipos de cognição: uma primeira em que se acredita que as coisas eram melhores antes do que no presente; uma segunda na qual o indivíduo reflete sobre questões empíricas acerca da verdade da alegação nostálgica; e a terceira em que o sujeito busca objetivar a nostalgia que sente.

Uma pergunta que surge é: qual é o tempo necessário para se sentir nostalgia de alguma coisa? No livro, Davis cita uma brincadeira com a frase “ela está tão nostálgica, ela está nostálgica por ontem”, levando à ideia de que deve haver uma passagem de tempo antes de os eventos de nossas vidas serem considerados como objetos de nostalgia. Um paralelo pode ser feito aqui, relacionado à construção de um cânone, ou mesmo do status de colecionável de um artista. É o que aconteceu com os Beatles e que, recentemente, tem acontecido com bandas como The Smiths e The Cure. Nos anos 80, esses artistas estavam em destaque na mídia e na indústria, mas hoje parece já ter corrido tempo suficiente para entrarem no hall dos colecionáveis.

É fato que não existe uma receita de quanto tempo se leva para atingir a condição de colecionável. Pode ser vinte anos, ou apenas cinco. Ainda assim,

¹² Do original: The phonographic recording is something of a philosophical scandal in that it takes a moment and makes it perpetual; it drives in the wrong direction down the one-way street that is Time. In another sense, one of the problems for pop music is that its essence is the Event – epoch – defining moments like Elvis Presley’s appearance on Ed Sullivan [...] But the very media it is dependent on and disseminated through - records and television - enable the Event to become permanent, subject to endless repetition. The moment becomes a monument.

¹³ A expressão grafada é utilizada pelo autor.

podemos inferir um fator que parece ser determinante para nortear a racionalidade do colecionável: a raridade. Uma banda que não existe mais, de preferência com algum integrante já falecido de uma maneira trágica. Ou então um disco que tem uma história como o Paêbiru de Zé Ramalho e Lula Côrtes, que foi lançado em tiragem única de 1300 exemplares – dos quais cerca de mil se perderam com a enchente em Recife, e um original hoje pode custar até cinco mil reais¹⁴.

A raridade não é encontrada apenas em bandas extintas ou discos feitos em pequena escala, mas também em gêneros musicais que se diluíram com o tempo, ou em formatos que deixaram de ser produzidos, como o 78 rpm e, ultimamente, é verificada em um revival pelas fitas cassetes. De certa forma, foi isso que aconteceu com o vinil: quando o CD passou a ocupar o espaço dominante outrora ocupado pelo LP, o vinil é ressignificado para um mercado de nicho, um produto para interessados e entendidos em música. Não mais disponível em abundância nas prateleiras de lojas, o vinil perde a sua centralidade na indústria fonográfica, mas não sai de cena, permanecendo para quem se dedica a investir tempo e dinheiro no cultivo dos bolachões.

No período em que os CDs desafiaram a hegemonia do vinil, a metáfora da morte voltou a enfatizar a conexão entre vinil e humanidade. Nesse ponto, as pessoas começaram a considerar o vinil precioso e a reverenciá-lo. Essa noção torna mais complexo o senso comum de que a prática de colecionar discos é uma ação simplesmente nostálgica (YOCHIM e BIDDINGER, 2008).

As autoras (id.) apontam o vínculo entre discos e humanidade, estabelecido pelos entusiastas do vinil, de vários modos: no sentido de conexão com o passado; o som do vinil visto como mais vivo do que o do CD tanto na sua perfeição quanto na sua imperfeição; a disponibilidade de certos conteúdos apenas em vinil; as qualidades táteis do LP; e a sua aparência, o tamanho e qualidade da arte da capa dos álbuns.

As noções de autenticidade, autonomia e autoria são provenientes de dois movimentos históricos dos séculos XVIII e XIX – o romantismo e a modernidade. Cada um, à sua maneira, tratou a autenticidade com valores distintos, mas ambos pensaram criticamente a sociedade de massas. De um modo sucinto, podemos

¹⁴ A história da produção do disco é contada no documentário de Cristiano Bastos e Leonardo Bonfim, intitulado “Nas paredes da pedra encantada”, lançado em 2011.

atribuir à autenticidade romântica os seguintes elementos: a tradição e continuidade com o passado, a noção de comunidade, processo gradual de mudança nos estilos, as raízes, os gêneros folk, blues, country e rock'n'roll, a ocultação da tecnologia musical. Já o ideal da autenticidade moderna se caracteriza por: experimentação e progresso, pelas vanguardas, por gêneros como o pop, soul, clássico e a música como arte, por rupturas estilísticas radicais, ironia, sarcasmo, e pela celebração da tecnologia (KEIGHTLEY, 2006, p.188).

Benjamin discorre sobre os dois pólos cujo confronto serviria como referência para reconstruir a história da arte: o valor de culto e o valor de exposição. No princípio, o objeto de arte serve para os cultos à magia e o que é importante é a sua existência, não a sua aparição. Esse é o valor de culto, que tem por princípio manter as obras de arte secretas. “À medida que as obras de arte se emancipam do seu uso ritual, aumentam as ocasiões para que elas sejam expostas”. O argumento do autor é de que a possibilidade de uma obra ser exposta cresceu tanto, por meio da reprodutibilidade técnica, que a transição da importância de um pólo ao outro é similar à que se deu na pré-história, quando o valor de culto fazia da obra um objeto mágico, para somente depois ser considerado um produto artístico. Nesse sentido, o destaque ao valor de exposição na contemporaneidade pode atribuir novas funções ao objeto que não mais a artística.

Em paralelo à discussão realizada por Benjamin sobre o valor de culto, podemos trazer o caso de colecionadores de disco que possuem LPs mantidos lacrados, conservados e distantes de outros observadores, para culto próprio.

Quanto à aura do vinil, no que se refere à música arquivada em MP3 ou CD, é notório que o LP demanda uma maior contemplação e imersão do ouvinte: tirar o disco da capa, alinhar a agulha na ranhura certa da faixa, trocar do lado A para o lado B, contemplar a arte da capa, fruir os chiados característicos do meio.

De certa forma, ouvir música na vitrola é uma forma de apreciação da arte pela arte. Enquanto escutar um CD, canções na rádio, no computador ou no aparelho reproduzidor de MP3 é uma ação comum de ser realizada concomitantemente a outras funções, ouvir um disco de vinil exige um tempo ritualístico destinado apenas à escuta da música.

Uma consideração deve ser feita antes de seguirmos adiante: o ouvinte que escuta música em vinil não necessariamente exclui os outros hábitos de escutar

canções. É sobre isso que trataremos no próximo capítulo, ao contextualizar o histórico dos fonogramas, da era analógica à digital, desconstruindo a dicotomia de que esta substitui aquela. Além disso, exploraremos o nicho do colecionador de vinil, e um conceito que está presente nos discursos circulantes de quem consome LP: o seu tamanho, a arte de suas capas, o encarte, isto é, a sua materialidade.

Antes de entrar no segundo capítulo, descreveremos o percurso metodológico que norteia este estudo.

1.4 METODOLOGIA

Um primeiro ponto que deve ser dito quanto à abordagem teórico-metodológica que está sendo empregada é que ela não se refere a dados quantitativos concernentes a um suposto retorno dos discos de vinil. Até mesmo porque uma das grandes dificuldades encontradas no percurso foi justamente o acesso a dados que forneçam um panorama da produção e do consumo deste fonograma.

Mais do que se preocupar com a quantidade de discos que está sendo vendida – só conseguiríamos acessar esses dados por um passe de mágica, já que a ABPD não contabiliza mais os números referentes ao formato analógico, e uma das megastores que oferta LPs disse à autora que a política da empresa não permite a divulgação desses dados – a nossa preocupação está para além de números.

Interessa-nos compreender a racionalidade que envolve o consumo do vinil, os significados atrelados a ele, suas lógicas específicas e o valor simbólico que seus consumidores lhe atribuem. Assim, este trabalho configura-se como um estudo de caso, isto é,

O estudo de caso é uma inquirição empírica que investiga um fenômeno contemporâneo dentro de um contexto da vida real, quando a fronteira entre o fenômeno e o contexto não é claramente evidente e onde múltiplas fontes de evidência são utilizadas (YIN apud DUARTE, 2005, p. 216).

Adotamos a proposta de uma agenda de pesquisa interdisciplinar (HERSCHMANN, 2007), que dê conta do fenômeno observado. Seguindo a sugestão de Negus (2005), pretendemos entender não apenas como a indústria

produz a cultura, mas também como a cultura produz a indústria. Ainda que seja arriscado mesclar diferentes técnicas metodológicas no que pode aparentar falta de rigor científico, preocupamo-nos em solucionar as questões da pesquisa conforme as demandas do próprio objeto.

Para fins de facilitar o entendimento do leitor acerca do percurso metodológico que estamos empreendendo, elaboramos um guia da rota teórico-metodológica percorrida, de acordo com o corpus e a técnica utilizada em cada fase:

1. Os interlocutores: neste primeiro momento, estão inseridos os atores sociais que foram abordados, os quais foram divididos em três categorias: produtores (donos da fábrica donos de selos e artistas), distribuidores (donos de lojas, sebos e DJs) e colecionadores. Obviamente, trata-se de “tipos ideais”, pois na realidade as categorias se mesclam, e é de praxe que donos de loja sejam colecionadores, às vezes também DJs, e que os DJs também sejam, por sua vez, colecionadores. Dentro do grupo dos colecionadores, encontram-se os frequentadores da Feira do Vinil do Rio de Janeiro – que foram entrevistados durante a quinta edição do evento; os integrantes do grupo de discussão do Facebook “Discos de Vinil” e da comunidade do Orkut homônima – em cujos grupos e comunidades criei um tópico com as mesmas perguntas da entrevista realizada na feira, mas através da técnica do questionário; e 10 colecionadores que participaram de uma entrevista mais aprofundada. Os colecionadores que foram à feira e os das redes sociais responderam a questões estruturadas. Já os 10 colecionadores selecionados foram interrogados de uma forma mais detalhada, através da técnica da entrevista semi-estruturada, com perguntas que permitem o desdobramento de outras questões ao longo da situação. Neste grupo de 10 pessoas, buscamos a maior heterogeneidade possível, inserindo colecionadores mais jovens, os mais antigos, os que acabaram de descobrir o vinil e também as figuras célebres na prática de colecionar vinil.
2. Os espaços: uma das premissas das quais partimos é a de que colecionar discos é uma prática social, isto é, tem um caráter gregário. Além de reunir

pessoas ao redor da vitrola para apreciar o som e discutir sobre gosto e conhecimentos sobre música, os discos de vinil também motivam feiras e festas. Assim, aplicamos a técnica de observação participante em duas edições da Feira do Vinil do Rio de Janeiro, e em algumas festas voltadas para o vinil.

Além das técnicas mencionadas, seguimos também as pistas indicadas por Bourdieu (1999) no texto intitulado *Compreender*, onde ele afirma que é na confrontação contínua das experiências e das reflexões dos participantes que o método foi lhe aparecendo. Enquanto o pesquisador inicia e estabelece as regras do jogo, o autor aponta que a violência simbólica deve ser reduzida ao máximo, por meio de uma escuta ativa e metódica, e da disponibilidade total para a pessoa interrogada.

Devemos atentar para os riscos de depositar na fala do pesquisado a verdade absoluta ou de acreditar que a transcrição literal seja um retrato da realidade, já que ela é também uma forma de traduzir ou interpretar os fatos. É, pois, um ponto de vista:

O sociólogo não pode ignorar que é próprio de seu ponto de vista ser um ponto de vista sobre um outro ponto de vista. Só na medida em que pode objetivar a si mesmo que pode, ficando no lugar que lhe é destinado no mundo social, transportar-se para o lugar do objeto, tomando assim seu ponto de vista, compreendendo como se diz, no seu lugar, ele seria, e pensaria, como ele (id.,p.713).

2 SOBRE FONOGRAMAS, COLEÇÕES E MATERIALIDADES

2.1 DO ANALÓGICO AO DIGITAL

O vinil enquanto artefato cultural está inserido dentro de um contexto maior, que envolve as tecnologias de reprodução sonora, bem como o desenvolvimento, crise e reestruturação da indústria da música. Se as pessoas continuam comprando fonogramas em pleno século XXI – mesmo depois das previsões de futurologia acerca do fim da indústria e do anúncio de que a música se tornaria apenas alguns bytes armazenados em memórias de computador – é porque algo está acontecendo no contrafluxo da dita evolução tecnológica.

Não estamos considerando que os colecionadores de vinil sejam os grandes heróis da resistência. Entretanto, existe um aspecto subversivo em continuar comprando vinil enquanto a produção parece se direcionar cada vez mais para ofertas de música digital. Ainda assim, o argumento de Negus (1996, p.65) é pertinente quando ele fala que não se trata de uma dicotomia entre o consumo determinado pela produção e o poder de subversão das audiências, mas de focar nos meios pelos quais a música popular é mediada, sendo eles fatores tecnológicos, históricos, culturais, políticos e geográficos.

Para compreender o momento atual de mercado de nicho em que o vinil se encontra, é necessário resgatar no passado como se deu a sua consolidação e, antes disso, conhecer as outras tecnologias que surgiram ao longo da história desse passado audível.

Mais do que desenvolver aqui uma linha cronológica dos acontecimentos em torno da evolução tecnológica da reprodução sonora, buscamos descrever algumas das invenções realizadas ao longo da cultura da música para compreender melhor o lugar ocupado pelos discos de vinil atualmente. Concordamos com Sterne quando ele afirma que a periodização é algo construído pelos autores para explicar suas histórias e que não é um elemento inerente ao objeto de estudo. Assim, priorizamos por uma narrativa não linear, diferente da que já foi contada em outras pesquisas anteriormente. O que nos interessa, mais do que apontar as datas de consolidação, de crise e de reestruturação da indústria fonográfica, é destacar algumas

transformações que ocorreram na forma como a música é “embalada” e entendida na sua relação com valores como originalidade e autenticidade.

Existe uma distinção teórica entre formato e suporte: álbum, single e canção seriam exemplos de formatos; já LP, CD e mp3 seriam tipos de suportes. Talvez o que diferencie ambos seja o fato de que os suportes são físicos. Todavia, o mp3 quebra este raciocínio por se tratar de um suporte imaterial. Num primeiro momento, é possível que seja feita uma associação equivocada, como se formato fosse sinônimo de software e suporte, de hardware. Na realidade, o suporte armazena o conteúdo musical, ele é a tecnologia de gravação (CD, mp3, 78rpm, 45rpm, LP). Já o hardware é o tipo de dispositivo em que a música é reproduzida (CD player, vitrola, walkman, Ipod). Assim, a equivalência correta se daria entre o suporte e o software. Apesar de esclarecermos a diferença entre suporte e formato, ao longo deste trabalho, estamos utilizando os dois como sinônimos, pois os entrevistados também utilizam formato para se referir ao vinil e optamos por seguir a categoria nativa.

O surgimento do fonógrafo e do gramofone configurou um cenário para a produção industrial da música que permanece atual, no que se refere às relações entre software e hardware, e à produção concentrada nas mãos de poucos conglomerados. Com o fonógrafo, houve uma mudança do âmbito coletivo para o plano individual. O gramofone portátil e o transistor de rádio permitiram que a música fosse consumida no quarto. O Walkman da Sony possibilitou que cada um fizesse a sua própria seleção musical para ouvir música inclusive em locais públicos. Assim, a experiência de escutar música passa a ser essencialmente individual, escolhida por nós mesmos no mercado, e como um assunto de nossa autonomia cultural no cotidiano (FRITH, 2006, p.55).

A cultura da música popular é uma grande rede de comunicações. Em algumas delas, a relação com outras pessoas é direta (coros, bandas, clubes), em outras, essa relação é mediada pelas gravadoras, pelas emissoras de rádio e pelas seleções em fitas cassete ou CDs gravados por nossos amigos (id.).

Para alguns autores, a origem da música de massa estaria situada nas partituras e em um de seus reprodutores: o piano. Nesse sentido, os primeiros empresários fonográficos teriam sido os editores, como os do Tin Pan Alley em Nova York, responsáveis pela popularização do jazz (DIAS, 2008, p.36).

A primeira revolução oriunda do armazenamento musical veio justamente do registro da partitura que podia ser reproduzida inúmeras vezes. Surgem, assim, duas novas figuras na cultura da música: a do compositor e a do editor - sendo este responsável por lançar no mercado o trabalho daquele. É nesse momento que a composição passa a ser separada da execução (FRITH, 2006, p.59).

A segunda revolução mencionada pelo autor é a que nos interessa nesta seção do trabalho: a da tecnologia da gravação, a partir da qual os sons podiam ser armazenados e reproduzidos em discos e cilindros.

Em 1857, Edward Léon Scott cria o fonautógrafo, que tem a capacidade de traduzir os sons das partículas vibrando no ar. Em 1877, o francês Charles Cross batiza o fonógrafo, o qual foi construído por Thomas Edison. O “tin foil” lia o cilindro ao contrário e reproduzia o som gravado. Quando Edison escuta a própria voz vinda do cilindro do fonógrafo, a voz humana alcança a imortalidade (STERNE, 2003). Em 1886, Charles Tainter e Alexander Graham Bell aperfeiçoam e patenteiam o grafophone – cilindro removível, feito com papelão e revestido com cera – que é o primeiro suporte sonoro explorado comercialmente.

A American Graphophone Company de Bell e Tainter se une à Columbia Phonograph Company em 1893 e torna-se a Columbia Phonograph Company General. Já a Edison Speaking Company torna-se a National Phonograph Company.

Em 1888, um alemão radicados nos EUA, Emile Berliner, patenteia e constrói o gramofone e o disco plano. O sistema movido à corda do gramofone é desenvolvido por Berliner junto com Eldridge Johnson – o qual funda a Victor Talking Machine em 1901. Em 1894, o disco é lançado no mercado. Com o formato do disco plano no lugar do cilindro, a produção passa de uma escala quase artesanal para uma escala industrial.

Em 1900, a Berliner Gramophone Company já oferecia um catálogo de 5 mil títulos e, em 1903, obteve um lucro de 1 milhão de dólares (DIAS, p.38). O primeiro disco elétrico foi lançado em 1925 pela Victor. O sistema elétrico de gravação passa a funcionar pela codificação da onda sonora em corrente elétrica. O disco de acetato substitui a matriz em cera.

Embora as tecnologias do fonógrafo tenham sido desenvolvidas ainda no século XIX, foi apenas em meados da década de 1920 que se dá o início da fonografia propriamente, isto é, a cultura da reprodução mecânica da música a partir

da relação entre o suporte físico do disco e o formato da canção popular (SÁ, 2009b).

Do começo do século XX até meados da década de 1930, cinco empresas dominavam o setor: os cilindros ficam a cargo da Edison (EUA) e da Pathé (França); os discos eram da Victor (EUA) e da Gramophone (na Inglaterra, Alemanha e França). Já a Columbia (EUA) comercializava os dois formatos.

Sterne levanta a seguinte questão: o que precedeu as tecnologias de reprodução sonora que as fez possíveis, desejáveis, efetivas e significativas? Em qual contexto elas surgiram? O autor examina as condições sociais e culturais que deram origem à reprodução sonora e como essas tecnologias cristalizaram e combinaram situações culturais maiores.

A disputa pela tecnologia mais viável e pelo consequente alcance de uma importante fatia do mercado era uma verdadeira corrida para o oeste. A Columbia (fundada em 1889), a RCA (de 1929), que incorporou a Victor (de 1901), e a Decca (de 1934) foram as primeiras grandes indústrias fonográficas.

As tecnologias de reprodução sonora são artefatos de transformações grandiosas na natureza do som, do ouvido humano e das práticas de escuta do século XIX. O turbilhão da modernidade: capitalismo, racionalismo, ciência, colonialismos – tudo isso interferiu nas construções e práticas do som e do seu consumo (STERNE, 2003, p.2).

Para quebrar o senso comum da linha evolutiva em que uma nova tecnologia substitui a antecessora, concordamos com Frith ao dizer que uma revolução tecnológica não significa necessariamente que antigas formas de produção sejam trocadas pelas novas. O que acontece, na realidade, é o surgimento de novos modos paralelamente aos antigos.

Uma das características dessas tecnologias é a sua capacidade de separar o som da fonte. Assim, a natureza da originalidade e a autenticidade se transformam nesse contexto da reprodutibilidade técnica. Como já discutimos no primeiro capítulo acerca do trabalho de Benjamin, para quem a aura da obra de arte desapareceria no momento em que os produtos culturais passam a ser reproduzidos. Entretanto, como afirmamos anteriormente, os valores do que é autêntico também se transformam. A aura, entendida como o objeto de uma nostalgia, acompanha a reprodução. Temos aqui uma forma diferente de originalidade: embora cópias não

sejam separadas do original na reprodução, há uma mudança na prática de produção (Sterne, 2003, p.220).

Outro senso comum que Sterne desconstrói é o de que a objetificação da escuta seria uma condição prioritária para a construção de tecnologias de reprodução sonora. Ele corrige que a objetificação do som não era um mero efeito ou resultado da tecnologia sonora.

O primeiro fonógrafo chegou ao Brasil em 1879 em Porto Alegre, nas mãos de Eduardo Perris, representante de Edison (TINHORÃO, 1981).

Há de se reconhecer que é com a gravação elétrica, surgida nos anos 1920, que se dá a base para a mudança da velocidade de rotação dos discos, a aparição da estereofonia e do hi-fi (DIAS, 2008, p.39). Apenas depois de 1958 que o disco passou a ser produzido em dois canais, processo denominado de “estereofonia bi-canal” (DE MARCHI, 2005).

Como estamos fazendo essa volta ao passado das tecnologias sonoras, é interessante apontar também a construção da ideia de fidelidade sonora ou hi-fi, que se configura como um conceito operativo, um princípio técnico e como uma estética. É, também, uma história de crenças na reprodução sonora bem como uma história dos próprios aparelhos. A primeira vez que o termo fidelidade apareceu atrelado ao som foi em 1878. O vocábulo, como dito por Sterne (2003, p.222), indica:

[...] tanto uma crença na mídia quanto uma crença na mídia que pode manter a crença, uma crença que a mídia e os sons poderiam manter a fidelidade em concordar que dois sons são o mesmo som.

A expressão “fidelidade” se tornou um padrão de qualidade em se tratando de cópias ou originais. O discurso da fidelidade é um ponto-chave na história da reprodução sonora. Quando as pessoas falam que preferem o som do vinil porque ele é mais fiel ao que o artista estava querendo passar no momento da gravação, elas estão confiando na reprodução executada pelo vinil como sendo a mais próxima do ao vivo.

No princípio, os revisores das tecnologias sonoras não se preocupavam se o som reproduzido seria fiel ao original do outro lado. Entretanto, houve uma grande estratégia de marketing de convencer as audiências de que a nova tecnologia fazia parte do mesmo tipo de comunicação do discurso face-a-face. De uma forma simplificada, Sterne (id., p.22) afirma que as tecnologias modernas de reprodução

sonora usam dispositivos chamados transdutores que, por sua vez, transformam o som em outra coisa e esta outra coisa de volta ao som. Os exemplos citados são o do telefone – que transforma a voz em eletricidade, envia para uma linha telefônica e depois retorna como som na outra ponta. O mesmo acontece com o som digital, que só adicionam mais um estágio de transformação, ao converter corrente elétrica em uma série de números binários.

No processo de evolução das tecnologias de alta fidelidade, as mudanças históricas não se davam em uma única linha evolutiva. Os padrões eram frequentemente contestados. Sterne aponta que, nas diferenças mecânicas, não podemos simplesmente presumir que uma frequência mais alta necessariamente resulte em uma característica desejável na reprodução sonora.

Para dois historiadores dos fonógrafos, Oliver Read e Walter Wilch, as gravações mecânicas são mais representativas da sua fonte. Isso porque o som vibra em um cilindro que, por sua vez, faz gravuras numa superfície, registrando essas vibrações, que podem ser reproduzidas ao se inverter o processo. Já na gravação e na reprodução elétrica, aparece um estágio a mais: é a mudança do som em corrente elétrica. Assim, a gravação mecânica seria mais “acústica” (e, por isso, mais próxima ao original), porque tem uma fase a menos de transformação. Todavia, ambos os processos envolvem a alteração do som em outra coisa para ser reproduzido (id., p.277).

O desenvolvimento das tecnologias de gravação tem sido tão importante esteticamente quanto a primeira captação de voz na máquina. A busca pela “alta fidelidade”, pela melhor gravação como a mais fiel ao som original, tem sido uma descrição enganosa do processo de gravação, enraizada nos processos originais de cera (quando o disco fez, de fato, uma referência altamente imperfeita a uma performance que o ouvinte tinha que imaginar a partir dos ruídos das notas). A gravação elétrica (e a amplificação) quebram com a relação anterior entre o som e o corpo (FRITH, 1996, p.234)¹⁵.

A consolidação do LP como formato dominante na década de 1950 nos EUA está relacionada a um público e a um gênero musical específicos: o pop adulto

¹⁵ Do original: “The development of recording processes themselves have been every bit as significant aesthetically as the first capture of the voice in the machine. The pursuit of “high fidelity”, the best recording as the most “faithful” to the “original” sound, has thus been an increasingly misleading description of the record process, a description rooted in the original wax processes (when the recording made, indeed, a highly imperfect reference to a performance which the listener had to imagine for herself, to reconstruct from these crasckly notes. Electrical recording (and amplification) broke the previously necessary relationship between the sound and the body.

(KEIGHTLEY, 2004). De 1932 a 1948, o 78 rotações era o formato mais viável economicamente, portanto, era o padrão oferecido no mercado. Com o surgimento do 33 1/3 LP pela Columbia em 1948 e do compacto de 45 rpm pela RCA-Victor em 1949, o consumo se modifica. Na década de 1960, as vendas de LP mais que quadruplicaram em relação aos dez anos anteriores. Enquanto nos anos 1950 o single vendia mais, em 1975, suas vendas se reduziram a apenas 8% do mercado (RIAA).

Estamos evitando utilizar os dados mais recentes da Associação Brasileira de Produtores de Discos (ABPD), porque o último relatório a respeito do mercado brasileiro de música, referente ao ano de 2011, divide os resultados da música gravada entre áudio, digital e vídeo. No mercado físico, são contabilizados DVD, Blu-ray e CD, mas o LP está fora de cogitação. Além do mais, boa parte do comércio por onde os discos de vinil circulam está inserido no mercado informal de trocas, sebos, feiras – o que seria ainda mais difícil de sistematizar numericamente.

No Brasil, o crescimento da indústria dos fonogramas se deu no terreno fértil da música popular brasileira nos anos 60, com lançamentos que viriam a se tornar cânones nacionais, como Caetano Veloso, Gal Costa, Chico Buarque, Gilberto Gil e outros. Outro gênero que alçou altos números de vendas foi a Jovem Guarda, uma das primeiras experiências nacionais de rock (DIAS, 2000, p.59-60).

Um grande debate se seguiu à instalação das majors internacionais no Brasil, por causa da desigualdade de condições para competir por parte das empresas nacionais e da variedade de lançamentos de música estrangeira. Neste contexto, em 1967, foi criada uma lei de incentivo fiscal que possibilitava o abatimento de impostos para os registros de artistas brasileiros. (VICENTE, 2002). Os projetos beneficiados circulavam com o selo “Disco é Cultura”. Essa iniciativa do governo fomentou o desenvolvimento da indústria fonográfica no país, possibilitando os investimentos em artistas nacionais e bandas desconhecidas.

O LP chega definitivamente ao país no começo da década de 1970 e, aos poucos, vai ocupando o espaço de vendas do compacto, que deixou de ser produzido em 1990. É a partir do LP que o artista passa a ser mais importante que o disco (PAIANO apud DIAS, 2000). A música popular massiva (ou pop music na língua inglesa) é o resultado da relação entre as manifestações populares e a mídia. Quanto ao surgimento desta expressão musical no Brasil, Luiz Tatit (2004, p.35)

afirma que foi o :“Encontro dos sambistas com o gramofone que mudou a história da música brasileira e deu início ao que conhecemos hoje como canção popular”.

A carreira de músicos passa a ser investida no sentido de dar segurança à vendas efetuadas regularmente, ao contrário do segmento de hits, que não tem garantias de lucratividade. Existe uma espécie de dialética do hit e do catálogo (KEIGHTLEY, 2004, p.380), em que a indústria não depende apenas de lançamentos (os quais não têm retorno de que vão ser sucessos), mas de títulos antigos já estabelecidos no mercado. Estas vendas, lentas porém estáveis, é que dão equilíbrio às variações da indústria de lançamentos.

A indústria da música vem se reestruturando desde a metade dos anos 1990. Embora, num primeiro momento, as trocas de arquivos em sites *peer to peer* (P2P) tenham alarmado quem vive da produção musical, os danos maiores foram sentidos pelas *majors* e não pelos artistas. O modelo das grandes gravadoras é que se tornou defasado, mas a livre circulação de conteúdo sonoro nas redes tem um aspecto positivo de divulgação da música. E isso não significa a morte dos fonogramas. O que se reconfigura, a partir daí, é um mercado de nicho voltado para segmentos de consumidores interessados em adquirir o formato físico de seus artistas favoritos, ou de pagar por ingressos de concertos ao vivo. Em ambos os casos, se trata de experienciar um som mais fiel ao que o músico produziu.

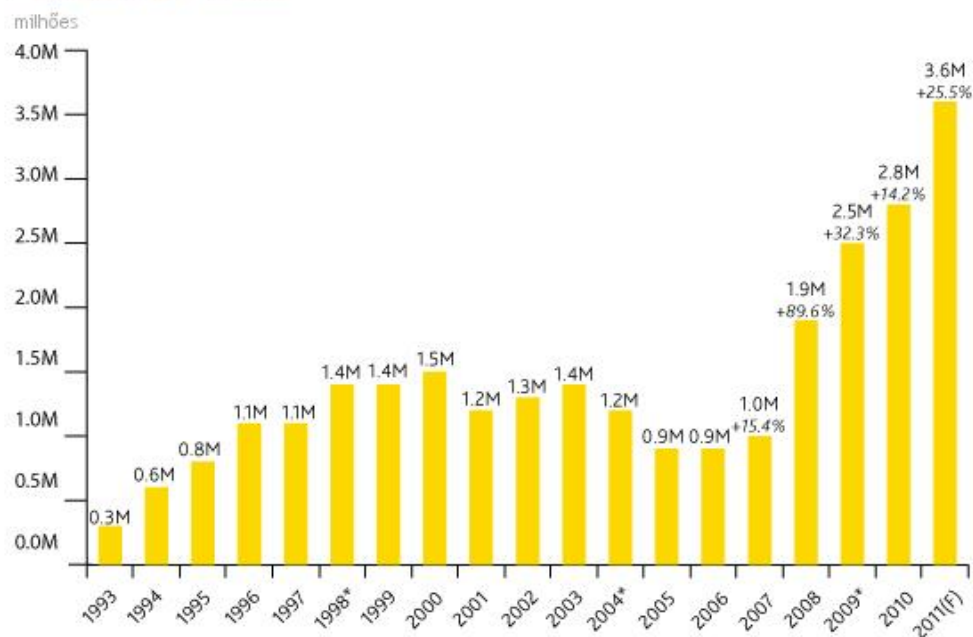
Apesar de não existirem ainda dados oficiais sobre o aumento das vendas de vinil no país, a reabertura da Polysom, a única fábrica de LP da América Latina, em Belfort Roxo (RJ) em 2010 e o relançamento de discos por parte de algumas *majors* – além de pequenos selos voltados exclusivamente para o formato do LP – dão pistas de que os rumos da indústria da música não podem ser generalizados em uma escala evolutiva do analógico em direção ao digital. Pelo contrário, como o vinil tem demonstrado, há uma continuidade no consumo deste artefato analógico em plena era dos formatos digitais.

Embora na última década a lógica do fonograma tenha entrado em crise com o surgimento de formatos como o mp3 e com a disponibilização gratuita de música na internet, não podemos simplesmente declarar a morte dos fonogramas. De fato, verificou-se uma queda na venda dos discos de vinil enquanto o CD se popularizava. Em 1989, o Brasil era o segundo maior consumidor mundial de LPs, ficando atrás apenas da União Soviética (DIAS, 2000, p.111). Segundo dados da ABPD, em

1989, 56,7 milhões LPs foram vendidos no Brasil e apenas 2,2 milhões CDs. A partir daí, com a redução dos custos dos reprodutores de CD, e a estimulação do consumo com o Plano Real, em 1993, as vendas de CD ultrapassaram as de LP. Em 1995, a EMI deixou de produzir LPs no Brasil.

Para alguns nichos como o de DJs e colecionadores, o vinil nunca morreu. O que aconteceu com o aparecimento do mp3 foi um enfraquecimento do poder das *majors* sobre a produção fonográfica. No Brasil, a última grande gravadora deixou de produzir LPs em 1998. Alguns estudos anteriores mais de futurologia do que acadêmicos anunciaram a morte do vinil e outros declararam a morte do CD. No entanto, mais de uma década depois da crise, os números parecem contradizer a lógica evolutiva dos formatos.

Venda de vinil



Fonte: The Nilsen Company

nielsen

Figura 1 – Dados Nielsen Soundscan
Fonte: Nielsen Soundscan

Como podemos observar no gráfico, baseado nos dados da Nielsen Soundscan, desde 2007, as vendas de discos de vinil nos EUA têm aumentado. De quase um milhão em 2007, os números chegaram a 3,9 milhões em 2011¹⁶.

Afinal, o que está acontecendo com a indústria da música? Não é nossa intenção apontar qual será o futuro dos formatos, mas podemos analisar, a partir do presente e dos estudos realizados anteriormente sobre o assunto, o lugar ocupado pelos discos de vinil na cultura da música.

Nesse contexto, podemos dizer que já não se trata de uma cultura do “ou”, mas sim de uma cultura do “e” (ANDERSON, 2006, p.179). Essa explicação está inserida na teoria da cauda longa, a qual se refere, de um modo resumido, ao afastamento da cultura e da economia do foco em poucos hits hegemônicos no topo da curva da demanda, indo em direção a uma vasta quantidade de nichos na parte inferior ou na cauda da curva de demanda (id, p.50).

Assim, consumir música digital no formato de mp3 não significa colocar os bolachões na lixeira. Os formatos podem coexistir e serem utilizados para diferentes fins – alguém que vai andar de ônibus vai ouvir música em mp3 no seu I-pod, enquanto o DJ vai tocar na festa com seus LPs. Ou até uma só pessoa pode fazer diferentes tipos de consumo de música. Existe uma tendência no mercado de música de que o consumo de downloads conviva com outras formas que continuam valorizadas pelas pessoas (HERSHMANN, 2010, p.72).

É importante ressaltar que não houve uma transição absoluta da estrutura de poder dos hits para a cultura amadora ou portátil. “Hoje, nossa cultura é cada vez mais uma mistura de cabeça e cauda, hits e nichos, instituições e indivíduos, profissionais e amadores” (ANDERSON, 2006, p.180). Os cânones do *star-system* continuam existindo, paralelamente a uma variedade de outros artistas que não têm tanto apelo comercial, mas que fazem parte da “cauda”. Um exemplo é o Abbey Road dos Beatles, disco mais vendido em 2010 e em 2011, que está sendo ofertado no mesmo mercado de vinil em que se encontram bandas como Do Amor e Autoramas.

¹⁶ Fonte: <http://g1.globo.com/pop-arte/noticia/2012/01/venda-de-albuns-nos-eua-aumenta-pela-primeira-vez-desde-2004.html> Acessado em 08/01/2012.

De um modo geral, os LPs estão sendo produzidos em números menores – em torno de 500 a mil cópias. Em 2006, a Universal lançou o disco de Caetano Veloso, que vendeu 400 cópias. A Sony/BMG também voltou a produzir vinil, com o relançamento de 30 títulos da série “Meu primeiro disco” como Nação Zumbi e João Bosco. No entanto, não se deve ter um entusiasmo exagerado com a efervescência do vinil na mídia, em relação à sua volta, pois ele voltou como parte de um mercado segmentado. Os álbuns de vinil passam a ocupar um lugar característico na reestruturação da indústria da música: a pulverização de nichos de mercado (HERSCHMANN, 2010, p.71).

Voltando um pouco no tempo, com a evolução dos aparelhos de alta fidelidade, o som doméstico passa a representar uma tecnologia masculina que possibilita uma fuga virtual do espaço do lar. Essa relação é significativa para a história da música gravada, considerando que, antes da Segunda Guerra, o fonógrafo e o som gravado ainda não eram associados especificamente ao universo masculino. Em uma análise dos textos jornalísticos e de publicidades relacionados ao hi-fi, no período entre a introdução do álbum de alta fidelidade do LP em 1948 e dos aparelhos estereofônicos entre 1958 e 1959, Keightley (1996) busca entender como o termo hi-fi foi usado na época como uma forma de os homens brancos de classe-média recuperarem o espaço do lar de suas esposas.

A hipótese do autor é de que os homens usavam a tecnologia hi-fi para produzirem um ambiente doméstico masculino. Os primórdios da alta fidelidade estariam no passatempo doméstico do “do-it-yourself”, bem como as suas conexões com as técnicas e tecnologias militares da Segunda Guerra. Da mesma forma que o LP, o hi-fi também conota um senso de gosto refinado, capital cultural e prestígio.

Foi apenas com a criação do LP que uma designação de qualidade sonora aprimorada emergiu nos EUA. Um exemplo é o dos discos lançados pela Capitol Records em 1949, que traziam um selo especial na capa com o detalhe de que a gravação era em “alta fidelidade”. O crescimento do setor hi-fi estava estimulando a produção de LPs em detrimento dos singles.

O significado do termo “alta fidelidade” estava atrelado à sua característica de ser fidedigno ao original. O propósito principal do som doméstico para o hi-fi era a reprodução fiel do fenômeno da aura. A experiência sonora deveria ser aprimorada

pela proximidade da realidade da aura – uma ilusão de presença idealmente imperceptível da música real ao vivo.

A alta fidelidade é entendida como uma aventura excitante, um modo de escapar da conformidade de uma sociedade alienada pela propaganda massiva. Havia um senso de empoderamento individual e uma recuperação do self nos textos analisados pelo autor. O termo “audiofilia” – que diz respeito àqueles que têm mania pelo hi-fi – foi explicado por um psiquiatra em uma das reportagens analisadas como sendo apenas parcialmente um fator estético, mas, sobretudo, como uma busca em alcançar a verdade em nossas vidas. Assim, a alta fidelidade representa uma ferramenta tecnológica a serviço de emoções autênticas.

O elo que se estabelece entre tecnologia e autenticidade é constatado em várias referências ao hi-fi como uma prática anticomercial que foi primeiramente defendida por pequenos artesãos e só depois foi incorporada pelas grandes empresas.

Um ponto que é relacionado ao álbum LP e à experiência de ouvir o hi-fi é a imersão, isto é, a ideia de ser transportado através de uma escuta atenta à música. Um aspecto que Keightley destaca é que, embora vários estudos tenham apontado os conflitos entre gerações a respeito do volume da música a partir dos anos 1960, nos anos 1950, essa disputa era uma questão de gênero, protagonizada entre adultos (id., p.174).

Como já falamos antes, uma das principais características das tecnologias sonoras é a separação do som de sua fonte. Essa separação alterou significativamente a “essência” do que é original em um período de reprodução técnica. Outra característica relevante que também modificou a forma de se relacionar com o som foi a dissociação do fonograma (registro sonoro) de seu suporte material. E é nesta era de reprodutibilidade digital, quando a música se torna um bem imaterial, que podemos observar, mais uma vez, a autenticidade sendo rearticulada. A música presente nos suportes físicos, especialmente no vinil, é entendida como mais autêntica e fiel ao que o artista queria transmitir do que a sua cópia disponível para download na internet.

O fácil acesso aos arquivos sonoros digitais possibilitado pela internet levou a teorizações como a da desintermediação, na qual o artista estaria em contato direto com seu público, sem a necessidade de um agente mediador entre os dois. Por essa

lógica, as gravadoras teriam seus dias contados e a desmaterialização seria o último estágio de transição de uma economia industrial para uma economia de redes. Entretanto, o que se percebe, mesmo no nicho da música digital na internet, é um caso de concentração sem centralização (DE MARCHI, 2011). Isto é, embora o conteúdo esteja disponível para as pessoas acessarem e ouvirem, a sua distribuição está concentrada nas mãos de alguns agentes que têm acordos com empresas culturais para administrar seus catálogos na esfera online.

De Marchi (id.) aponta a transição da indústria fonográfica brasileira de economia industrial de escala formada pela oferta para uma economia de escala gerada pela demanda. Isso significa que já não se preocupa em produzir um produto/serviço em grande escala (um milhão de cópias de um CD, por exemplo), mas em formar uma rede de usuários que, posteriormente, será cobrada para utilizar os serviços (por exemplo, a lastfm). A atribuição de valor teria migrado da esfera da produção (fábricas e gravadoras) para a da distribuição.

Há quem identifique as novas formas de produção e de consumo musical como causadoras da morte do álbum (DANTAS, 2005). Não obstante, antes da era do download, a música “avulsa” já existia. As transformações pelas quais a indústria da música tem passado não se dão apenas através de rupturas. Algumas continuidades também podem ser verificadas. Mesmo que os números apontem uma queda nos lucros das majors com fonogramas, isso não significa a morte dos álbuns. A observação das práticas e hábitos de consumo derruba a hipótese evolucionista ou tecnicista da cultura das mídias (BURKE apud HERSCHMANN, 2010, p.72).

Novos suportes não trazem, necessariamente, novos formatos. Não basta estudar os suportes para entender os formatos. O suporte é a base física e tem papel importante na configuração da mensagem (McLUHAN, 1996). Já o formato é a articulação entre forma e o meio de expressão, mantendo uma relação direta com a esfera da recepção.

A bibliografia existente é confusa e, por vezes, pode nos induzir à ideia de que os padrões de digitalização de áudio (como o mp3, wav) também se tratam de formatos. Essa divisão entre o que é formato e o que é suporte tem uma finalidade meramente didática. Afinal, no cotidiano, as pessoas não discernem entre um e outro, e não cabe a um texto acadêmico pontuar uma verdade absoluta que

contradiz a questão como ela é nas práticas sociais. Inclusive, nos próprios textos teóricos, encontramos algumas diferenças. Em seu vocabulário de música pop, Roy Shuker chama, o que até aqui consideramos como suporte, de formatos de gravação. O autor aponta a importância desses formatos no marketing dos gêneros, dos artistas e de seu público.

Os formatos de gravação oferecem dados empíricos para os estudos sobre os ciclos do mercado, as mudanças de gosto dos consumidores e as alternativas de mudanças para os artistas (SHUKER, 1999, p.134). Os suportes sonoros afetam a forma como a música é experienciada (DE MARCHI, 2005). Essa questão está relacionada à outra característica preponderante do vinil: a sua materialidade. É sobre ela que vamos falar na próxima seção deste trabalho.

2.2 MATERIALIDADES, ENCARTE E ARTE

O que significa o termo materialidade quando se refere aos discos de vinil? Algumas palavras-chave parecem se relacionar a tal ideia: tamanho, encarte, arte da capa, gramatura do disco. O LP é um meio analógico cuja tecnologia pode ser analisada sob a ótica do pensamento das materialidades.

A música em si é imaterial por natureza (FRITH, 2006). Ninguém consegue tocar a música com as mãos. No entanto, para fruí-la, é necessário que ou haja pessoas com conhecimento de técnica musical para interpretar uma composição, ou que essa música esteja alocada em formatos (LP, CD, mp3) que serão decodificados por um aparelho de reprodução (toca-discos, CD player, Ipod). Nesse sentido, a experiência de consumir a música foi modificada, e o surgimento do fonógrafo e do gramofone configurou um tipo de produção industrial de música que se manteve um século depois (DIAS, 2000, p.38).

No sentido oposto ao paradigma hermenêutico da cultura, no qual a figura humana ocupa uma posição central e os objetos são considerados meros suportes, alguns autores como Simmel, Benjamin, McLuhan, Kracauer e Derrida buscaram atrelar a ideia de material à cultura.

A materialidade dos meios é uma noção deveras importante para a teoria da comunicação. Felinto e Andrade (2005) resgatam os autores que teriam dado início ao “pensamento da materialidade”. Em contraponto à acepção hermenêutica

tradicionalmente atribuída à cultura, surge um viés cujo entendimento se dá na dimensão material, na qual a matéria não é somente o suporte para o sentido dos fenômenos.

Não vamos nos aprofundar na discussão dos métodos hermenêuticos/interpretativos, como a análise de conteúdo e os estudos de recepção, versus o pensamento da materialidade. Não é nosso objetivo apontar qual das duas vertentes é correta, mas, acima de tudo, realizar uma apropriação de elementos da teoria das materialidades que possam explicar algumas das indagações levantadas neste trabalho.

O marco inicial da teoria das materialidades se deu em um encontro em 1987, quando diversos autores reuniram suas ideias em uma coletânea denominada “Materialidades da Comunicação”. A grande questão levantada por eles foi a seguinte: como os fenômenos de sentido são constituídos e determinados pelos meios e materialidades utilizados? (id.)

Neste estudo de caso, temos um questionamento parecido ao tentar responder como um artefato cultural (os discos de vinil) determina os significados atrelados a eles? No entanto, ao formularmos a pergunta dessa forma, fica nítido o determinismo tecnológico que dá mais importância ao meio do que à mensagem. A solução que encontramos é superar a dicotomia significado x materialidade, meio x mensagem, transformando-a em uma dialética significado-materialidade, meio-mensagem.

A preocupação com a materialidade já estava presente nos trabalhos de Walter Benjamin, mas foi a partir de Gumbrecht que as ideias foram organizadas em uma teoria específica das materialidades. Aliás, este autor discorre sobre a “produção de presença”, termo que se refere ao efeito de tangibilidade de um objeto que afeta as pessoas, antes de se produzir qualquer sentido a respeito dele (FELINTO & ANDRADE, 2005). Gumbrecht não tem a intenção de investigar a representação dos eventos e seus sentidos, mas de recuperá-los de modo a possibilitar que sejam revividos.

A respeito de tal produção de presença, podemos citar o exemplo da pesquisa, realizada pela socióloga Paula Guerra (2011), sobre as sociabilidades das lojas de disco independentes das cidades de Lisboa e do Porto, na qual os donos

das lojas que foram entrevistados reconhecem uma certa celebração da materialidade da música:

O vinil pode ser visto, sobretudo pelos melômanos/colecionadores, como representando a concretização de algo transcendente – a música – que só assim parece adquirir a total legitimidade da sua existência enquanto uma realidade indiscutível. Falamos, por isso, no culto ao objecto físico que não só é uma verdadeira prova da história da música (arquivo musical), como também encerra em si toda uma qualidade sonora e estética (a importância das capas, por exemplo), não proporcionadas por outro formato físico e muito menos pelo download a partir da Internet (id., p.42).

A pesquisa de Guerra (2011) está centrada na importância das lojas de disco pequenas e independentes em seus múltiplos papéis na dinâmica e evolução do rock alternativo em Portugal na última década. Essas lojas certamente não se tratam apenas de locais para comprar música. São espaços de socialidade e encontro dos aficionados, e também um reduto da “resistência”, ou melhor, persistência do vinil no tempo.

Tanto Kracauer, quanto Benjamin e Simmel não analisam o tecido urbano e a modernidade apenas do ponto de vista sócio-econômico, mas sob um viés em que o corpo é o centro das relações com os objetos, e as sensações que eles causam como “cores, velocidades, espessuras, intensidade, saturação” que se fazem cada vez mais presentes na medida em que a urbe se desenvolve e se industrializa.

Basta pensarmos a relação do ouvido com os sons outrora provenientes de um concerto ao vivo, e do momento em que os aparelhos de reprodutibilidade sonora passam a ser comercializados. A relação entre o ouvinte e o som se modifica. Agora ele pode “controlar” o que ouve, aumentando ou diminuindo o volume, desligando o reproduzidor quando lhe parecer conveniente. Os estímulos causados pelas ondas sonoras que saem do gramofone são diferentes dos que são captados a partir de um concerto ao vivo. O fonograma afeta e determina um sentido diferente de apreensão do fenômeno sonoro.

Com o cuidado para não cair nas armadilhas do determinismo tecnológico, é interessante pensar o objeto de estudo a partir da sua fisicalidade. Trajano (2008) identifica a rede do vinil como uma dinâmica formada por diferentes agentes, como as comunidades virtuais, as comunidades “reais”, os selos que lançam vinil (alguns que lançam apenas vinil), os sebos de rua, as feiras especializadas e as lojas especializadas que vendem novos e usados.

Benjamin formula de forma pioneira a noção da experiência estética advinda dos objetos da reprodutibilidade técnica, sejam eles do cinema, da fotografia, ou da música gravada (SÁ, 2004). Assim como outros autores que já se preocuparam com a experiência estética não intelectualista, como Frith (apud SÁ, 2004), mas centrados no caráter afetivo e corporal, a experiência do vinil parece se encaixar nessa perspectiva. Mais importante do que entender como a experiência de ouvir LPs se dá a partir de teorias do som, a maioria dos colecionadores se referem a essa situação como algo que eles não sabem explicar em termos técnicos, mas que lhes afeta de uma forma diferente, que eles sentem que é diferente das outras formas de escutar música como o mp3 e o CD.

Em seu artigo, Sá (2009, p.53) parte de duas correntes teóricas: a Escola de Toronto e a antropologia do consumo, e afirma que o consumo de música, mesmo na atualidade, não dispensa a materialidade dos formatos e dos suportes, nem é uma prática abstrata.

A autora destaca três exemplos do retorno do vinil: a cultura da música eletrônica dos DJs, onde o LP é um objeto de desejo; os sleevefaces, que são as fotos de pessoas com uma capa de vinil, de forma a fazer uma composição com o corpo junto ao disco; e, por último, uma matéria do New York Times que traz números significativos sobre tal *revival* e o crescente interesse do público jovem pelo formato. Além da questão tátil, da materialidade propriamente dita do LP, Sá aponta outras qualidades que justificam a preferência pelo vinil: a superioridade sônica e estética (de design) do vinil e dos aparelhos de reprodução.

A partir da máxima de McLuhan de que “o meio é a mensagem”, e que todo ato de comunicação exige um suporte material que exerce influência sobre o conteúdo da mensagem, Sá (2009) propõe que aparelhos e suportes de reprodutibilidade que fazem a mediação das práticas culturais ligadas à música massiva não são “neutros” ou “passivos”. Isto é, os toca-discos e os LPs não estão simplesmente reproduzindo fielmente a música, mas são eles também parte ativa do processo de escuta musical. Aliás, a própria noção de alta fidelidade faz parte do discurso em torno do vinil, o que impossibilita afirmar que ele seja um suporte neutro.

É importante salientarmos o que significa o termo “meio” na teoria de McLuhan. De Marchi (2005) aponta dois sentidos que a palavra assume na obra do

autor: o de que uma nova tecnologia se apropria da tecnologia anterior para formar um significado próprio, de modo que o meio atual está em diálogo constante com os padrões de antes. O outro sentido é o de que a tecnologia se desenvolve e participa de um ambiente de serviços, no qual não apenas quem está exposto diretamente, mas toda a vida social no entorno é integrada em um sistema de tecnologias.

Parte do que faz com que a música tenha uma característica peculiar que pode despertar sensações agradáveis ou até mesmo irritar, vem das condições materiais do aparelho de reprodutibilidade e do suporte. A materialidade concernente aos discos passa até mesmo pela sua estrutura em lado A, lado B, no que se refere à hierarquia no modo como as músicas vão ser escutadas. Tangibilidade, concretude e visibilidade são os três termos utilizados por Sá (2009) para falar a respeito da materialidade.

Quanto à materialidade dos formatos, Sterne (2010, p.74) argumenta que existem objetos que podem ser colecionados – como LPs, CDs, e também mp3; e objetos que podem ser tocados – dos quais o mp3 está excluído. Por um lado, o mp3 também é colecionável, pois a experiência de criar listas e pastas com os arquivos tem uma função análoga à de organizar a coleção de discos na estante, e ainda existe nesse processo um sentimento de posse em relação à música. Talvez a imaterialidade da música esteja nas transmissões em streaming, em que não existe um arquivo para ser transportado para um I-pod ou CD, e a sensação de propriedade da música deixa de existir.

Se ampliarmos o conceito de “produção de presença” para além do vinil em si, e se pensarmos na materialidade que existe em locais como a loja de discos, também encontraremos alterações na relação espaço-temporal no consumo musical contemporâneo. O tempo de busca por um disco desejado diminuiu consideravelmente com os mecanismos de busca disponíveis na internet. Ao mesmo tempo, com os fonogramas disponíveis em sites de leilão como o E-bay, ou de vendas como o Mercado Livre e a Amazon, deixou de ser necessário sair de casa para comprar aquele disco procurado ou, até mesmo, de viajar para outras cidades em busca do álbum. Com alguns cliques na tela do computador, o disco chegará na porta de casa. Todavia, enquanto diminui o tempo que se leva para encontrar o disco, aumenta o tempo para tê-lo em mãos. E essa é uma peculiaridade de garimpar LP em lojas de discos e sebos: a sensação inesperada de encontrar, entre

tantos outros discos enfileirados, aquele que tanto se desejava. Pegá-lo em mãos e poder ouvi-lo no mesmo dia em que se fez a compra.

Para analisar as características materiais dos meios de reprodução sonora, De Marchi (2005) criou categorias metodológicas que se referem a elementos importantes de sua pesquisa e que podem também ajudar nas elucubrações de nosso estudo. São elas: a possibilidade de fazer a cópia de um conteúdo a partir de uma mesma fonte, que seria a reprodutibilidade técnica, que interfere nas relações de comércio da música gravada; a capacidade de armazenamento de informação em um suporte; a durabilidade ou tempo que a mídia resiste em sua função como objeto material; e o padrão de consumo, no qual há continuidades na relação de um formato com o anterior, e rupturas a partir de uma nova linguagem.

Um exemplo sobre como a característica física influencia em um formato cultural é o do disco de 78 rotações, cujo limite físico de quatro minutos em cada lado acabou determinando o tamanho padrão da canção popular.

Há uma clara sucessão histórica dos formatos de gravação sonora e o desenvolvimento associado de novas tecnologias de reprodução sonora. Cada formato que se sucede tem menos presença física, não obstante permita um aumento no armazenamento de música. Cada novo formato tem uma maior facilidade de uso, tanto da gravação em si quanto da tecnologia necessária para reproduzi-la. Cada uma tem também maior potencial de “uso programado”, a habilidade de ouvintes em criar sua própria experiência musical (SHUKER, 2010, p.58)¹⁷.

Em relação ao armazenamento da música, Frith (1996) aponta três estágios em que a música é registrada: no primeiro, chamado de “folk”, a música é contida no corpo e nos instrumentos musicais e é recuperada apenas através da performance. Ela pode tanto ter o papel ritualístico quanto o de estar integrada às práticas sociais cotidianas (como as canções de trabalho). No segundo estágio, a música é mantida pela notação, e se torna uma experiência sagrada, que pode ser alcançada por nós. No terceiro estágio, que é o pop, a música é contida em fonogramas e recuperada por processos mecânicos, digitais e eletrônicos. A cada estágio que passa, o modo como a música é apreciada se modifica:

¹⁷ Do original: “There is a clear historical succession of sound recording formats, and the associated development of new playback/ listening technologies. Each successive format has less physical presence, while enabling increased music storage. Each new format has seen a greater ease of use, in terms of both the ‘recording’ itself and the technology required to play it; each also has seen greater potential for ‘user programming’, the ability of listeners to create their own musical experience”.

Isso transforma a experiência material da música: agora ela pode ser escutada em qualquer lugar; ela se move através de barreiras anteriores de tempo e espaço; ela se torna uma commodity, uma posse. E, ainda, ideologicamente – enquanto uma questão de interpretação e fantasia – os velhos valores permanecem (presença, performance, intensidade, evento), e ouvir música gravada se torna contraditório: é, ao mesmo tempo, público e privado, estático e dinâmico, uma experiência do passado e do presente. No mundo das gravações, há uma nova valorização do “original”. É como se a gravação da música - seu efeito de proximidade – permite-nos recriar, com ainda mais vivacidade as experiências artísticas e folk que o processo de gravação destruiu (FRITH, 1996, p.227)¹⁸.

Frith lembra a discussão que se deu quando o LP surgiu. No final dos anos 1940, o editor da revista britânica *The Gramophone*, argumentou que, com os LPs, coleções inteiras teriam que ser trocadas, e a experiência de escuta considerada superior por ele estaria ameaçada. Quem colecionava 78 rotações tinha que ser um ouvinte ativo, precisava levantar para trocar o disco, e a música não poderia ser apenas um som ambiente. Para o editor da revista, os ouvintes de LP seriam essencialmente passivos. O mesmo tipo de angústia parece ter acometido os críticos de rock quando os CDs surgiram. É o pensamento de que a relação ativa entre o ouvinte e o álbum fica ameaçada quando uma nova tecnologia surge.

As críticas referidas se aproximam de um discurso recorrente na música do século XX, no qual a natureza é confrontada com artifício, a música verdadeira ou ao vivo contra a “falsificada” no estúdio. Os produtores de discos clássicos tinham que convencer as pessoas de que elas estavam tendo a experiência ideal da música, no espaço acústico restrito de suas casas (id., p.25-26).

Com os discos de 78 rotações, vinil e fitas cassete, é necessária uma intervenção física do ouvinte para tocá-los, e esforço físico para mudar a ordem das faixas. O fluxo musical é mais facilmente operado em CDs e mp3. Além do referido acesso facilitado, a dita “evolução” e “substituição”, realizada pela indústria, do

¹⁸ Do original: “This transforms the material experience of music: it can now be heard anywhere; it is mobile across previous barriers of time and space; it becomes a commodity, a possession. And yet ideologically – as a matter of interpretation and fantasy - the old values remain (presence, performance, intensity, event), and listening to recorded music becomes contradictory: it is at once public and private, static and dynamic, an experience of both present and past. In the world of recordings there is a new valorization of the ‘original’. It is as if the recording of music – its close up effect – allows us to recreate, with even greater vividness, the ‘art’ and ‘folk’ experiences which the recording process itself destroys”.

cilindro pelo 78 rotações, deste para o vinil, e do LP pelo CD traz o argumento, acima de qualquer discurso de qualidade sonora superior, de que a quantidade de música que pode ser armazenada na gravação aumentou significativamente, trazendo uma relação custo x benefício mais lucrativa.

Obviamente, tal relação de lucrar por estar levando mais música por um preço mais acessível e contida em um suporte menor, praticamente do tamanho de um bolso de calça, não é considerada a melhor opção pelos melômanos. A preferência pelo vinil também se dá pela questão estética da arte das capas. É como se a capa de CD não fosse capaz de reproduzir plenamente o design do álbum e, no caso do mp3, pior ainda, já que muitos downloads sequer contém a imagem da capa.

Um aspecto analisado por De Marchi (2005) é o de um tipo de consumo sistemático, no qual o consumidor precisa estar sempre atualizando sua coleção para a tecnologia mais nova. A substituição de um disco antigo por uma nova edição ou por um box comemorativo de aniversário que tem as mesmas músicas é uma lógica perversa racionalizada pela indústria que desperta o desejo dos fãs. Tão logo saciado, entretanto, o desejo nunca é plenamente satisfeito, já que, em breve, a indústria fonográfica se encarrega de lançar outra edição com alguma faixa desconhecida ou com uma versão ao vivo inédita. E os sintomas da angústia do formato permanecem.

Foi nos anos 1950 que se concebeu o formato álbum com a noção de uma obra acabada, uma ideia próxima da dos livros como um objeto eterno. Podemos até fazer um paralelo, entre uma edição ilustrada em dois volumes de *Os Irmãos Karamazov* de Dostoiévski e a mesma história numa versão de livro de bolso. É o mesmo livro e ao mesmo tempo não é. A leitura e a imersão naquela obra serão diferentes em cada situação. O mesmo acontece com o álbum *The Velvet Underground and Nico*, que pode ser ouvido em um arquivo em mp3 no Ipod; pode ser escutado na íntegra via streaming no Youtube; pode ser comprado em CD; ou pode ser adquirido em uma edição com a clássica capa da banana em alto relevo. Cada um dos suportes citados permite uma experiência de fruição musical diferente.

Uma ressalva deve ser feita no que se refere à arte das capas de discos. Nem sempre a música gravada veio embalada em encartes produzidos. Na era dos discos de 78 rotações, as capas eram pretas e traziam um furo no meio, com o título da obra e do artista impressos no disco. Foi em 1939 que o primeiro diretor de arte

da Columbia Records, Alex Steinweiss, inspirado nos cartazes de 12 por 12 polegadas de estilo francês e alemão, colocou no papel o que ele imaginava ser uma tradução visual atrativa da música contida no fonograma. A partir de então, as capas deixaram de ser apenas a embalagem do disco, para se tornarem parte também do LP enquanto artefato cultural. Em alguns extremos do colecionismo, existem aqueles que colecionam discos apenas por causa das capas.

A primeira capa produzida por Steinweiss para um LP foi feita em 1948. No Brasil, a primeira capa desenhada data de 1951, e tem a assinatura de Paulo Brèves. No país, o artista plástico Elifas Andreato se destacou na produção de capas de discos dos anos 1970 como as de Chico Buarque, Elis Regina, Adoniran Barbosa, Paulinho da Viola e Martinho da Vila.

A memória histórica não fica restrita apenas ao conteúdo dos fonogramas. Ela também está presente na capa dos discos. Basta lembrar as capas que foram censuradas durante o regime militar, como Índia (1972) de Gal Costa, que só foi permitida nas prateleiras das lojas com um plástico azul em volta da capa e Todos os olhos (1973) de Tom Zé. Ou então lembrar as capas ilustradas por Elifas Andreato: “o traço poético com profundo sentido social, definiu os trabalhos de Elifas como um ícone de uma geração que protestava, por meio da arte, contra a ditadura militar vigente” (RIBEIRO, 2003).

No exterior, uma das capas censurada pela própria gravadora foi o álbum Yesterday and Today (1966) dos Beatles, que trazia originalmente o quarteto vestido de açougueiro, com partes de bonecas com sangue e pedaços de carne. A imagem era um protesto contra a Guerra do Vietnã e, embora a maioria dos exemplares tenha sido recolhida, os poucos que restaram são objetos de desejo de colecionadores e valem uma fortuna.

Já as capas de disco consideradas mais raras, segundo a revista especializada Record Collector, são: uma versão da capa do Sgt. Pepper's Lonely Hearts Club Band, dos Beatles, com fotos de executivos do selo Capitol no lugar dos músicos que vale em torno de 70 mil libras (cerca de R\$ 194 mil). Essa edição tem apenas cem unidades. No segundo lugar da lista, os Beatles aparecem novamente

desta vez com o White Album seriado. As capas, que vão até o número 10, são avaliadas em 7 mil libras cada¹⁹.

Para além da arte das capas, existe ainda outro tipo de disco que tem o design gráfico em destaque: os picture discs. Esses discos trazem as ilustrações prensadas no próprio vinil. Edições comemorativas de aniversário ou reedições de algumas bandas estão disponíveis em picture discs. Determinados colecionadores se especializam na busca desse tipo de LP, como veremos no último capítulo deste trabalho.

Depois de discorrer sobre a teoria das materialidades e os aspectos do vinil que ratificam a importância do seu caráter material dentro da história da cultura da música, vamos falar sobre quem cultiva interesse por tudo isso: discófilos, melômanos, audiófilos, aficionados: os colecionadores de discos. Tentar entender a paixão pelos discos e as motivações que levam à prática de colecionar. É o que veremos na sequência.

2.3 ESSE OBSCURO OBJETO DO DESEJO

Toda paixão beira o caos, a do colecionador beira o caos da memória. Essa frase, de autoria de Walter Benjamin, condensa os pontos que vão ser discutidos nesta seção. As pessoas colecionam para preencher um vazio. Colecionam para estabelecer uma ordem em um assunto específico sobre o qual elas têm domínio, logo, cujo controle lhes é tangível. Colecionam porque é seguro se apaixonar pelo objeto colecionável que, ao contrário das pessoas, não vai lhes decepcionar. Colecionam para preservar uma memória – pessoal, coletiva. Colecionam porque é através dos objetos perenes que elas podem driblar a morte e alcançar a imortalidade.

Antes de chegarmos ao ato de colecionar como uma prática social, vamos voltar um pouco na história, para situar o colecionismo como uma busca infindável por um tesouro, seja o chifre do unicórnio, seja o disco raro de Lula Côrtes. A trajetória do colecionismo é marcada pela curiosidade humana e acompanhada pelo racionalismo e descobertas científicas sobre o funcionamento do mundo.

¹⁹ Fonte: <http://musica.terra.com.br/capa-de-disco-dos-beatles-e-eleita-a-mais-rara-do-mundo,052ec8c2ed75a310VgnCLD200000bbcceb0aRCRD.html> Acessado em 13/12/2012.

Um mundo diferente, mais significativo, mais ordenado pode nos falar a partir de coisas humildes, como sapatos ou garrafas, de autógrafos ou primeiras edições, os quais, em seu agradável arranjo, em sua estrutura e variedade, nos falam da beleza, da segurança.; e cada objeto que tanto desejamos é, de fato, um atributo daquilo que desejamos (BLOM, 2003, p.180).

O historiador Philipp Blom descreve um rico panorama de diversos colecionadores, situados em seu contexto histórico, e de como essas coleções, ao longo do tempo, são um reflexo da curiosidade do homem em conhecer o mundo que lhe cerca. Entre os personagens mencionados no livro, estão: Ulisse Aldrovandi, um cientista colecionador que escreveu uma obra sobre os dragões; o príncipe Rodolfo de Habsburgo, que viria a ser o sacro-imperador romano, cujo patrimônio colecionado demandou um aumento do castelo para comportar sua *Kunstkammer*, isto é, a sua câmara de tesouros.

Os colecionadores da época dividiam-se entre os naturalistas de orientações aristotélicas, como Aldrovandi; e os maneiristas místicos como Rodolfo, que seguiam as idéias de Platão. Blom argumenta que tanto o método místico de colecionar quanto o analítico eram formas de responder às recentes descobertas e novos horizontes. “A retórica analítica e aristotélica da alta Renascença parecia trazer a resposta para alguns, enquanto outros a julgavam insuficiente. Esses últimos voltaram-se para as tradições do conhecimento hermético, que prometia uma única e oculta chave para uma multiplicidade de problemas”. Francis Bacon foi um dos críticos dessa filosofia hermética, e saiu em defesa do racionalismo, que acabou dando respostas mais satisfatórias e verificáveis às indagações dos pensadores europeus. (id.,p.63).

Até o século XVI, colecionar era uma prática restrita aos príncipes. Na era dos faraós egípcios já existia: Tutankamon colecionava cerâmicas finas; na Roma antiga, obras de arte gregas eram colecionadas. Na Idade Média, relíquias, jóias e objetos místicos eram colecionados pelo clero e pelos governantes. No período do Renascimento, os italianos se dedicaram ao estudo empírico da natureza, adquirindo coleções de *naturalia* – animais, plantas e minerais. Paralelamente, ocorria uma mudança sutil na forma de apreender a morte e o mundo material (id., p.37).

O que diferencia o ato de colecionar da prática do consumo convencional é a desvinculação do objeto de sua forma mercadoria, para integrá-lo a outra lógica de sentido, na qual ele será preservado, admirado, valorizado. Essa ressignificação só é possível de ser compreendida pelo *connoisseur*, ao mesmo tempo em que é ele quem opera a mudança de sentido, ao retirar o objeto de sua condição efêmera na sociedade de consumo, resgatando a sua ligação com o passado.

Assim, não é à toa que tradição, ritual e autenticidade sejam palavras cujos sentidos estão atrelados à ideia do que é colecionável. Tanto que a procura por história e mitologia dos Estados-nações, no período de seu surgimento no século XIX, foi saciada pela possibilidade de que coleções, que representavam mundos simbólicos, fossem reorganizadas de acordo com a necessidade do lado hegemônico, para se tornar a versão “original” da narrativa.

A Revolução Industrial e o conseqüente desenvolvimento da produção em massa causaram impacto nos hábitos de colecionar: itens como selos, brinquedos, relógios, discos, passaram a ser colecionados por mais pessoas na medida em que já não era necessário despender muito dinheiro para construir uma coleção própria.

Foi Benjamin quem primeiro percebeu que a reprodutibilidade técnica mudou radicalmente a natureza da arte no século XX, e transformou as relações de produção, de distribuição e de recepção/consumo da arte. O valor do objeto de arte é alterado com a chegada da tecnologia na sua fabricação. Um exemplo é o da música: quando os aparelhos passam a reproduzir o som, não é mais necessária a presença do intérprete no momento de escuta (HUYSSSEN, 1997, p.30).

A concepção do que é colecionável mudou. Entretanto, diferentemente do que Benjamin afirmou sobre a aura da obra de arte, que teria sido extinta na era da reprodutibilidade técnica, o que se percebe é que a aura não é algo inerente ao objeto de arte, mas se trata de uma relação entre o objeto e quem o coleciona. Isto é, a busca pela origem, pelos antigos donos, por entender a arte da embalagem, da publicidade da época, como foi fabricado: tudo isso altera a intenção inicial do produtor/artista, retira a aura do objeto inerte e a rearranja na relação entre o colecionador e a obra. Pois é apenas na relação entre ambos que a aura do objeto permanece viva. Não importando que exista mais do mesmo por aí.

Benjamin afirma que o colecionador revoluciona a ordem estabelecida, ao lhe retirar elementos que vão ser reordenados segundo outros critérios. Ele reinventa a

tradição, ao modificar o uso comum dos objetos. Todavia, a ligação deles com o passado não deve ser desconsiderada.

Em sua tese, Ribeiro (2005) parte da perspectiva de que as práticas de diversos grupos de aficionados se caracterizam por uma racionalidade intencional, ao contrário do que pensa o senso comum de que suas ações seriam passionais e compulsivas. Devido à sua especificidade não mercadológica, as relações dos fãs com os variados temas e objetos seriam “centros de produção” de um conhecimento, que podemos identificar como capital cultural, reinterpretado sob outras lógicas que não aquelas segundo as quais foram produzidos industrialmente.

A história das artes americanas no século XXI pode ser contada em termos de um ressurgimento público da criatividade popular enquanto diariamente as pessoas se aproveitam das novas tecnologias que lhes permitem arquivar, anotar, adequar e recircular significados e objetos (JENKINS, 2006, p.137)²⁰.

O devoto reflexivo também é descrito por Benjamin em seu texto sobre colecionadores. Para ele, a prática de colecionar aparece como uma arte de viver ligada intimamente à memória, à obsessão e à salvação da ordem do caos. Clifford (1988, p.219) reafirma essa aceção, ao afirmar que o bom colecionador tem o gosto apurado e é reflexivo quanto a suas aquisições.

Nessa mesma linha de pensamento, Ribeiro (2005, p.60) argumenta que o maior vínculo de um colecionador se dá não necessariamente com o próprio objeto, mas com a ideia que ele faz do objeto, atrelando-o a um contexto específico, que confere à sua natureza banal um sentimento de singularidade que, por sua vez, leva à noção de autenticidade.

A autenticidade cultural ou artística tem tanto a ver com um presente criador quanto com um passado, com a sua preservação. No ocidente, a prática de colecionar tem sido uma ferramenta para a construção de um *self* possessivo, relacionando cultura e autenticidade. A autenticidade concedida tanto aos grupos de pessoas quanto aos seus trabalhos artísticos deriva de pressupostos sobre integridade, temporalidade e continuidade. (CLIFFORD, 1988, p. 218).

²⁰ Do original: “The story of American arts in the twenty-first century might be told in terms of the public reemergence of grassroots creativity as everyday people take advantage of new technologies that enable them to archive, annotate, appropriate, and recirculate meanings and objects”.

As formas da memória são contingentes e sujeitas à mudança, e estão atreladas às maneiras como uma cultura produz e vivencia a sua temporalidade.

A obsessão pelo passado pode indicar uma desilusão com o futuro, ou, no caso da nostalgia, uma fuga da realidade presente em direção ao passado. Há um paradoxo na cultura que atrela cada vez mais a novidade à memória e ao passado. É nesse ponto que se situa a crise na ideologia do futuro progressista (HUYSSSEN, 1997, p.16).

De um modo geral, a prática de colecionar pode ser definida como “o processo de ativamente, seletivamente e apaixonadamente adquirir objetos, removendo-os de seu uso ordinário e considerando-os como parte de um conjunto de objetos diferentes ou experiências” (BELK apud SHUKER, 2010, p.6, tradução nossa).

O ato de colecionar, como projeto filosófico, como tentativa de dar sentido à multiplicidade e ao caos do mundo, e talvez até descobrir seu significado oculto, também sobreviveu até nossa época [...] Um colecionador de discos buscando a essência do gênio em centenas de gravações do mesmo concerto, ou do mesmo artista, dá continuidade a essa tradição, da mesma forma que alguém que tente captar a própria beleza em tudo que é “rico e estranho” [...] Esta alquimia prática opera onde quer que uma coleção vá além da apreciação de objetos e se torne uma busca de significado, do coração da matéria, uma esperança de perceber a existência de uma gramática se o número suficiente de palavras e frases puder ser reunido (BLOM, 2003, p.61)

O valor do objeto colecionado não reside em sua utilidade, mas no significado que ele representa para o colecionador, e é a sua inutilidade em relação a suas funções anteriores que o distancia do resto das coisas banais e o reúne sob a égide de colecionável. O objeto é um totem. Cada item de uma coleção pode ser entendido como a representação do que restou do passado, já que o seu contexto de espaço e tempo originais não podem ser recuperados. Artefatos e hábitos são resgatados de seus tempos. Enquanto o tempo da sociedade de consumo é o da efemeridade do presente, o ponteiro do relógio dos colecionadores busca congelar o tempo para guardar a singularidade do objeto cultuado (RIBEIRO, 2005).

A questão do tempo é interessante porque diz respeito não apenas a uma resistência à efemeridade da sociedade de consumo, mas também a uma forma de enganar a morte. A coleção pode ultrapassar a vida do próprio colecionador e alcançar a imortalidade. “Cada coleção é um teatro da memória, uma dramatização

e uma *mise-em-scène* de passados pessoais e coletivos, de uma infância lembrada e da lembrança após a morte. Ela garante a presença dessas lembranças por meio dos objetos que as evocam” (BLOM, 2003, p.219).

Um tipo específico de coleção relacionada à questão da morte é a dos discos de vinil. Yochim e Biddinger (2008) afirmam que os LPs têm sido atrelados a características humanas, como ações falhas, vivacidade e mortalidade, as quais, para os entusiastas do vinil, acrescentam uma aura de autenticidade aos discos. As autoras afirmam ainda que não se trata apenas de romantizar o passado, mas de enxergar o vinil como simples, imperfeito, mortal e, portanto, conceitualmente mais próximo do ser humano do que os CDs.

Aliás, a morte também está em contato com o vinil na medida em que o fonógrafo permite que se possa falar ou, ao menos, ouvir os mortos. A persistência mecânica das vozes dos mortos representa o triunfo da vida sobre a morte (STERNE, 2003).

A noção de que os discos permitem a alguém tocar o passado; senti-lo de uma forma mais direta é certamente nostálgico. Devemos salientar, todavia, que esse modo de sentir a nostalgia é também uma forma de descrever as qualidades humanas do vinil. É notável que os discos continuam a produzir o sentimento de conexão que era percebido nos primeiros discos ao se ouvir uma voz humana emanando de uma máquina. Enquanto aqueles indivíduos diziam que o passado é especial de alguma forma, eles estão afirmando que o vinil os conecta com outras pessoas (YOCHIM and BIDDINGER, 2008, p.189)²¹.

O elo com o passado estabelecido por meio dos discos permite aos seus entusiastas imaginarem uma rede “sociotemporal” em que pessoas de diferentes eras podem se conectar entre si através de um objeto físico (id., p.193). Mas a ideia de socialidade existente no ato de colecionar discos não se estabelece apenas entre duas temporalidades diferentes – presente e passado – mas também aparece entre

²¹ Do original: “The notion that records allow one to touch the past; to feel it in a more direct manner, is certainly nostalgic. We must point out, though, that this type of felt nostalgia is also a way of describing the human qualities of vinyl. It is notable that records continue to produce the feeling of connection that contemporaries in the early days of vinyl felt upon hearing a human voice emanating from a machine. While these individuals are saying that the past was special in some way, they are even more strongly asserting that vinyl connects them to other people”.

colecionadores que vivem na mesma época e compartilham do mesmo gosto musical.

Ao realizar um resgate histórico do desenvolvimento do ato de colecionar discos, Roy Shuker observou que as motivações que guiam os colecionadores são atividades sociais. O autor define a prática de colecionar discos através da coleção de determinados formatos, gêneros, artistas, selos, produtores, ou algumas dessas combinações. Também pode se referir a coleção de materiais impressos relacionados como as revistas e guias especializados de colecionador, e à frequência em lugares de aquisição.

No livro, Shuker identifica algumas palavras-chave relacionadas ao colecionismo, como: desejo e prazer, aquisição ritualística, quase-sagrada e repetitiva, consumo passional e seletivo, preservação cultural e obsessão e patologias como completismo, acumulação e preocupação com o tamanho da coleção. Além disso, a coleção é entendida como fonte de prazer, investimento econômico, demonstração de lógica, unidade e controle, indicador de capital social e cultural, forma social de consumo competitivo e materialista.

As características relacionadas ao colecionador são tanto identificadas com o masculino (agressividade, competitividade, desejo de dominar uma realidade simbólica), quanto com o feminino (preservação, criatividade e manutenção). Straw (1997) caracteriza os colecionadores de disco como sendo a maioria homens, que representam a figura do caçador aventureiro.

Os completistas se interessam por colecionar determinados artistas e estilos musicais. A prática de colecionar é diferente de adquirir e acumular. Mesmo quando colecionados, os discos mantêm um forte elemento de valor de uso: as pessoas vão escutá-los, de modo que eles não se encontram tão distantes do uso ordinário. Na pesquisa de Shuker, uma diferença fundamental apareceu: o grupo dos que amam música e o dos que se preocupam com o tamanho da coleção, raridade e valor econômico.

Quanto ao ponto do valor de uso, um processo semelhante acontece com os livros. Embora Benjamin Ihes atribua um sentido de relíquias únicas, a realidade é que os livros podem e são geralmente lidos pelo seu conteúdo. Para Blom, esse status de objeto/contéudo faz da coleção de livros diferente e ambígua.

Os estudos recentes sobre a cultura material levantam as seguintes questões:

de que forma interagimos com os produtos materiais? Como eles afetam a forma com que nos relacionamos entre nós? Quais são as conexões entre as coisas materiais e os processos sociais?

Pearce (apud Shuker, 2010) descreve três modos coexistentes de relação entre colecionadores e o objeto colecionável: souvenir, fetichista e sistemático. No caso da coleção-souvenir, o colecionador romanticiza uma história de vida ao organizar uma memória pessoal material por meio de um objeto “autobiográfico”. Já na coleção fetichista, os objetos são dominantes e criam o self do colecionador, que parte em sua empreitada acumulando o máximo de objetos que lhe é possível. Por fim, a coleção sistemática apresenta uma racionalidade intencional, na busca consciente em completar a coleção.

Como uma prática social, colecionar discos é um elemento crucial da identidade individual e social, e uma parte significativamente atrelada ao consumo cultural e à construção do *self*.

A ideia do colecionismo está presente inclusive nas cenas musicais contemporâneas, nas quais práticas como o consumo digital de música e o circuito de shows e festivais são ambos efetuados pelos fãs de música. É o que afirma Janotti Jr. (2012), ao descrever as banquinhas com CDs, compactos e camisetas à venda nos festivais como uma possibilidade de o colecionador reinventar sua caça ao tesouro mesmo em um local onde o destaque é da performance e não do artefato cultural. Se fizermos um paralelo com os modos de colecionar descritos por Pearce, teríamos neste exemplo um caso de coleção-souvenir: o indivíduo que vai assistir ao show de sua banda favorita e compra um CD estará adquirindo não apenas a música, mas também um souvenir que será agregado à sua coleção pessoal de objetos autobiográficos, dispostos de tal forma que contam uma história da vida do colecionador.

O colecionador é um tipo de fã. Enquanto os fãs se dedicam a determinados artistas que idolatram – às vezes obsessivamente – o colecionador é um fã de música num sentido universal, que vai se fragmentar entre fãs de um gênero musical específico, de um selo fonográfico, de um período da história da música, de um tipo de suporte a ser colecionado, etc. Mas apenas ser fã de música não é suficiente para alguém ser considerado um colecionador. Nem basta comprar discos aleatoriamente, mesmo que em grande quantidade. Ser um colecionador é ser fã de

música, estar constantemente em contato com o objeto de desejo, seja pelo hábito ritualístico de ouvir os discos, pela busca sistemática e racional de novas conquistas em sebos, lojas e sites de leilão, seja por ler e se informar através de livros e revistas especializadas, seja por participar de festas e clubes de vinil que reúnem aficionados em torno da razão de seus afetos.

A maioria dos colecionadores de discos adquire o hábito durante a adolescência (SHUKER, 2010). Mesmo que essas primeiras aquisições não se configurem como parte de uma coleção consciente, elas já denotam indícios de uma disposição à prática do colecionismo, que será expandida conforme dedicação à cultura musical, tempo e dinheiro disponíveis que serão investidos nesse interesse.

A indústria musical tem um papel relevante no processo de canonização e identificação daquilo que é colecionável. Um exemplo é o relançamento de discos em edições luxuosas, box especiais de aniversário, LPs coloridos, *picture discs* e discos de 180 gramas. É a angústia do formato (DE MARCHI, 2005) expandida para o conteúdo (faixas inéditas), para o visual (um mesmo disco, só que em vez de preto, agora é verde), para a espessura (um LP de 180 gramas sendo considerado indiscutivelmente “superior” ao de 140 gramas), e para a arte gráfica (com textos, letras de músicas e pôsters ainda mais elaborados). Alguns discos recém lançados trazem, inclusive, uma senha que permite o acesso ao download das faixas do disco em alta qualidade.

Embora as *majors* tenham mantido seu foco no mercado *mainstream*, em certos períodos elas reconheceram o potencial do mercado de nicho – período em que o departamento de A&R (artistas e repertório) passa a ser terceirizado e fica a cargo das indies. Aliás, tal estratégia pode ser verificada no contexto atual de transformação e reestruturação da indústria da música, em que artistas lançam álbuns tanto em CD quanto em vinil. Obviamente, o número de cópias em vinil é reduzido, mas a parcela de interessados pelo formato está sendo considerada pela indústria na esfera da produção.

Como já dissemos antes, o que diferencia um objeto colecionado de um outro objeto consumido normalmente é o seu deslocamento do uso ordinário para um outro significado que lhe é atribuído por seus colecionadores. Essa ressignificação se dá tanto no modo de consumir o objeto quanto na forma de buscá-lo. Ambos os processos se caracterizam por serem modos ritualísticos. A emoção em buscar algo,

muitas vezes, ultrapassa o próprio achado. “O objeto mais importante de uma coleção é o objeto seguinte” (BLOM, 2003).

Além do desejo insaciável de adicionar um novo item à coleção, sempre há uma chance de encontrar algo cujo valor é muito maior do que aquele pago ou algo até então desconhecido que vem à tona, em uma espécie de “Santo Graal” dos colecionadores de disco. Shuker (2010) identifica, entre os rituais de consumo do LP: (re) catalogar a coleção, o manuseio, a escuta, a leitura dos encartes e o ato de admirar a arte das capas. Ainda existem também os prazeres em compartilhar a coleção: exibir, emprestar e tocar os discos para outras pessoas. Desde o surgimento da internet, têm se tornado frequentes os sites, fóruns de discussão e blogs dedicados aos discos de vinil criados por seus entusiastas.

Junto com o “achado”, histórias das caçadas intrépidas e dos obstáculos enfrentados na busca pelos discos fazem parte das narrativas dos colecionadores. Outro aspecto interessante apontado por Shuker é a expansão do horizonte musical que se caracteriza como outro motivo de prazer na caça pelo próximo disco. Ocorre um padrão de repetição no ciclo “desejo-sucesso-entorpecimento-desejo renovado” (id.).

“Colecionar funciona como a realocação não-oficial de objetos do espaço público comercial para o ambiente doméstico” (STRAW, 1997). Nesse sentido, depois que o colecionador alcança seu objeto desejado, ele precisa classificá-lo e ordená-lo, seguindo a lógica que faça sentido para ele.

A caça pelos discos, o uso e a sua exibição fazem parte do ritual que envolve a prática de colecionar LPs. A construção de uma memória pessoal e autobiográfica em torno do objeto colecionável, no caso dos discos, se dá por uma biografia musical, acompanhada de conotações de bom gosto e capital cultural.

É necessário destacar que estamos considerando o ritual como um fenômeno em que está presente a ideia de bricolagem de Lévi-Strauss, para quem os elementos que entram no ritual já existem como parte de um repertório comum, mas que são então reinventados. Peirano (2003) realizou essas considerações descrevendo o carnaval e a marcha política. No caso deste estudo, o disco de vinil é reinventado pelos seus colecionadores no ritual que envolve gosto e cultivo de uma coleção e saberes sobre música.

O livro *Alta Fidelidade*²², de Nick Hornby (1998), conta a história de Rob Fleming, um homem de meia-idade que tem uma loja de discos, a *Championship Vinyl*, e é aficionado por música. A descrição dos personagens e das situações – listas de top 5, comentários e juízos de valor acerca de músicas, o modo como a coleção de discos é organizada (em ordem autobiográfica) – são uma representação estereotipada do universo dos colecionadores de vinil.

O senso comum disseminado por textos midiáticos traz o colecionador de discos como uma figura masculina, obcecada por sua coleção, a qual, por sua vez, é uma substituta das paixões e relacionamentos da vida real. Entretanto, na conclusão de seu livro, depois de entrevistar 70 colecionadores, Shuker afirma que não é possível dizer que haja uma definição unitária dos colecionadores. Pelo contrário, dada as diferentes ênfases e práticas observadas ao longo do tempo, o que ele aponta é a noção de uma carreira, de um estilo de vida na prática de colecionar discos.

No próximo capítulo, vamos conhecer os interlocutores entrevistados para esta pesquisa, e como eles reforçam ou rompem com o estereótipo do colecionador de discos. O que já pode ser dito é que a questão apresenta nuances muito mais complexas do que o personagem caricato criado por Nick Hornby. Todavia, nosso estudo se dá em um recorte muito específico e não deve ser tomado num sentido universal. Embora algumas características estejam tão presentes aqui como estiveram nos primeiros gabinetes de curiosidades do século XVI:

“Salvar o mundo, ou um mundo, preservar a história ou o gênio, a santidade ou a inocência, tocar em algo além da nossa fortuita existência é um trabalho de amor, um constante ritual, é uma face do desejo de ser autêntico, de ser humano” (BLOM, 2003, p.201).

²² O livro foi adaptado para o cinema (*High Fidelity*, EUA, 2000), dirigido por Stephen Fryers e protagonizado por John Cusack.

3 O CIRCUITO DO VINIL

3.1 CARTOGRAFIA DO VINIL

O templo da música é a loja de discos. Mesmo numa época em que o mercado de música se alastra pela internet – fato que poderia ter levado à completa derrocada das lojas de discos – ao percorrer as ruas do Rio de Janeiro, ainda nos deparamos com espaços onde o LP permanece. Antes de entrar no assunto do artefato em si ou dos seus entusiastas, vamos falar um pouco sobre os lugares em que o bolachão pode ser encontrado na cidade. Locais de encontro de aficionados, de troca de conhecimentos sobre o vinil, de garimpar o tesouro, da arte da barganha.

A última grande loja de discos do Rio de Janeiro, a Modern Sound, fechou suas portas no dia 31 de dezembro de 2010. Localizada na Rua Barata Ribeiro em Copacabana, o estabelecimento existia há 44 anos²³. O que está por trás do fechamento de lojas de rua, como o referido caso, não é apenas uma questão de pirataria. As *majors*, ao venderem lotes grandes de CD para lojas de departamento e supermercado a preços mais baixos, tornaram a competição injusta com as lojas de rua, para muitas das quais não restou outra saída que não a de desaparecer.

Além de oferecer CDs, a Modern Sound tinha um brechó onde vendia LPs e um bistrô para pocket shows. Mais do que um lugar de consumo de música, era também um espaço de sociabilidade, em que colecionadores e amantes da música se encontravam para falar sobre a razão do seu afeto.

Mas nem tudo se perdeu. Lojas de rua menores resistem às decisões equivocadas da indústria. No período desta pesquisa, encontramos 23 espaços²⁴, entre lojas, sebos e *dealers*²⁵, que oferecem vinil no Rio de Janeiro – alguns são de Niterói e Duque de Caxias, mas foram considerados por terem estado presentes na

²³ Fonte: <http://oglobo.globo.com/cultura/com-iminente-fechamento-da-modern-sound-rio-perde-sua-ultima-grande-loja-de-discos-2910862> Acessado em 11/01/2013.

²⁴ Nossa intenção não foi a de mapear quantitativamente as lojas de discos do Rio de Janeiro. Os 23 espaços citados são aqueles com os quais nos deparamos no percurso da pesquisa.

²⁵ Colecionadores que negociam, vendem, trocam.

Feira de Vinil do Rio. São eles: Baratos da Ribeiro²⁶, Tropicália Discos²⁷, Tracks²⁸, Arlequim²⁹, Sempre Música, Plano B³⁰, Classic Discos³¹, Pequeno Mundo dos CDs e Bazar³², Le Bouquiniste Livraria, L.O Matta Discos, Al Farabi³³, Júnior Discos, Válvula Lúdica³⁴, Supernut Mara Records³⁵, Sebo Filmes Palestina, Sebo da Lúcia, Jerry Discos, Rock Station Records³⁶, Toca do Vinil, Rio de Letras e Sebo e Livraria, Aborigene Discos e Sebo do Antiquário.

3.1.1 As lojas de discos

Como nosso tempo de pesquisa é limitado, não foi possível entrevistar as pessoas de todos os locais citados no parágrafo anterior, mas selecionamos alguns que exemplificam a heterogeneidade de tipos de lojas onde o vinil pode ser encontrado. Baratos da Ribeiro, Tracks, Tropicália Discos, Classic Discos e Pequeno Mundo dos CDs e Bazar.

Nossa primeira parada foi no Sebo Baratos da Ribeiro. Localizado na rua Barata Ribeiro, em Copacabana, fomos até lá para saber mais informações sobre a 4ª Feira de Vinil do Rio de Janeiro, a qual iria acontecer em outubro de 2011 sob o comando do dono do sebo, o livreiro e vinileiro Maurício Gouveia. O lugar, que vende vinil desde 2001, tem uma aura acolhedora para quem aprecia livros e discos. É interessante como os estereótipos construídos na mídia também interferem na maneira como observamos o objeto de estudo em campo. Nessa visita, a primeira

²⁶ <http://www.baratosdaribeiro.com.br/> Acessado em 11/01/2013.

²⁷ <http://tropicaliadiscos.com.br/> Acessado em 11/01/2013.

²⁸ <https://www.facebook.com/tracksgavea> Acessado em 11/01/2013.

²⁹ <http://www.arlequim.com.br/> Acessado em 11/01/2013.

³⁰ <http://www.planob.net/> Acessado em 11/01/2013.

³¹ <https://www.facebook.com/classic.discos.9> Acessado em 11/01/2013.

³² <http://www.mundodoscds.com.br/> Acessado em 11/01/2013.

³³ <http://www.alfarabi.com.br/> Acessado em 11/01/2013.

³⁴ <http://www.valvulaludica.com.br/> Acessado em 11/01/2013.

³⁵ <http://www.mararecords.com/> Acessado em 11/01/2013.

³⁶ <http://rockstationrecords.blogspot.com.br/> Acessado em 11/01/2013.

coisa que chamou minha atenção foi um box com compactos da banda The 13th Floor Elevators intitulado The Psychedelic Sounds. A banda é uma das trilhas do filme Alta Fidelidade, e o fato de eu ter enxergado entre tantos outros discos e compactos justamente esse pode se dar em função das expectativas que eu tinha de encontrar em campo algo similar à representação construída pela obra de Nick Hornby. Olhando ao redor, com mais atenção, também vi discos de bandas e artistas nacionais contemporâneos, como Cachorro Grande e Tulipa Ruiz.



Figura 2 – Baratos da Ribeiro
Fonte: Arquivo de Maurício Gouveia

Com um acervo de sete mil LPs, entre os discos da Baratos, estão os gêneros musicais - na esfera do rock'n'roll: blues, folk, psicodelia, garagem, hard rock, progressivo, punk, new / no wave, rockabilly, indie, krautrock, grunge, merseybeat, heavy metal; na área do jazz: west coast, be bop, cool jazz, fusion, free jazz. De bossa nova, encontram-se conjuntos instrumentais dos anos 60 e renovadores do gênero como Joyce, Marcos Valle, Azymuth. Velha guarda do samba, black music, soul, funk, reggae e rap - americano e nacional. Tropicalismo, Lira Paulistana, samba-rock, lançamentos em compacto 7" de selos alternativos como Monstro Discos, ST2, Mondo 77 e edições especiais e/ou promocionais de discos recentes³⁷.

³⁷ A descrição dos gêneros foi extraída do próprio site do sebo.

Além de fazer parte do acervo do sebo, o bolachão também costumava ser motivo para reunir pessoas no Clube do Vinil, que aconteceu de 2007 até 2012, quando a Secretaria da Fazenda do Município do Rio de Janeiro proibiu a realização do evento³⁸. Sobre a proposta do encontro, Maurício³⁹ comenta:

A ideia é que o cara chame os amigos dele, traga os discos que ele gosta, até pra resgatar uma coisa que acontecia antes dos download, que era a coisa de ir na casa das pessoas pra ouvir um disco. O fulano conseguiu um disco, eu ia na casa dos meus amigos pra gravar em cassete, mas não só. É frequentado por uma galera também que nem tem vitrola, já teve até alguns DJs que não têm disco em casa, que usaram os discos da loja mesmo, ou emprestaram pros amigos, ou que só têm aqueles discos de adolescência mesmo, nunca mais compraram disco nenhum. É um negócio que é bacana pra quem gosta de música em geral.

Foi em um dessas edições do Clube do Vinil que conheci as duas vinileiras – mãe e filha - que estavam discotecando e que foram entrevistadas depois para esta pesquisa. A edição foi chamada de “No sapatinho” com a sacada de que as mulheres também fazem parte do admirável mundo do vinil e que nem só de sapatos são formadas suas coleções, mas também de discos.

Os frequentadores presentes na discotecagem não ficaram restritos aos colecionadores de vinil. Um deles afirmou ter uma coleção de cinco mil CDs e ainda fez uma previsão de que o futuro da música já nem é mais o mp3, mas o *streaming*. É curioso que, embora a razão do encontro seja um meio analógico, o evento foi transmitido ao vivo pela Rádio Graviola⁴⁰, webrádio que também armazena o podcast do Clube do Vinil em seu site. Isso nos faz pensar que analógico e digital não precisam estar em lados opostos, mas podem se complementar.

³⁸ Nota de esclarecimento no site do sebo: “Percebemos estar havendo um mal entendido. Provavelmente a Secretaria de Fazenda está associando o Clube do Vinil à outros evento que já foram realizados no passado (em especial a série Vespeiro), sem dar-se conta de que trata-se de situação muito diferente. Desde ordem recebida em fins do ano passado, o sebo já não promove qualquer tipo de música ao vivo. Há alguns dias recebemos uma multa por atividade fora da permitida no alvará, emitida pela Secretaria de Fazenda do município do Rio de Janeiro (5ª IRLF), referente ao Clube do Vinil realizado no dia 8 de março de 2012. Foi a segunda multa referente ao programa de rádio produzido dentro da loja. Disponível em: <http://www.baratosdaribeiro.com.br/confirmado-o-lancamento-do-livro-memorias-nao-postumas-de-um-punk-amanha-quinta-19-no-sebo-baratos-da-ribeiro/> Acessado dia 12/01/2013.

³⁹ Entrevista com Maurício Gouveia, da Baratos da Ribeiro, concedida à autora em 19/10/2011.

⁴⁰ Podcasts disponíveis em: <http://www.radiograviola.com/categorias/podcasts/clube-do-vinil/> Acessado em 12/01/2012.

O segundo reduto de vinil por onde passamos foi a Tracks. A loja, que existe há 15 anos, está localizada na Gávea. No andar de baixo estão dispostos os CDs, livros e alguns discos. Subindo as escadas, há uma seção onde os discos estão em destaque, divididos em jazz, que vai de A a Z, World Music “a nossa vingança, a gente bota a França, a Itália, assim como eles fazem com a gente. África, Argentina”⁴¹. Rock-pop-black e música brasileira. Na parte superior das prateleiras ficam as duplicatas. Também encontramos discos menores de 10 polegadas, intermediários, “pré-LP”.



Figura 3 – Loja Tracks
Fonte: Arquivo da autora.

Nossa visita à Tracks se deu propositalmente no dia 20 de abril, que é considerado o Dia Nacional do Vinil em homenagem ao cantor e compositor Aulfo Alves, que morreu neste dia no ano de 1969. Sobre o estabelecimento, Heitor⁴² comenta que não o considera um sebo, mas como um *collector*.

⁴¹ Entrevista com Heitor de Araújo, da Tracks, concedida à autora em 20/04/2012.

⁴² Idem.

O Marcelo D2 que costumava dizer que aqui é o único lugar que ele vinha procurar vinil e não sujava as mãos. O livro do Ruy Castro, sobre o circuito bossa nova do RJ, fala da Tracks, dizendo que como existem os pés-sujos e os pés-limpos, os butequins né, nós somos um sebo de unhas pintadas.

A Tracks também vende camisetas e – algo inusitado para uma loja de discos – brincos e colares. Heitor comenta que a loja é feminina, pois quando havia um cadastro de clientes, mais de 50% era composto por mulheres. Assim como acontece na Baratos da Ribeiro, quem trabalha na Tracks são pessoas que gostam e entendem de música.

Outra curiosidade que permeia este universo do vinil é que existe um circuito em que as pessoas se conhecem. A cultura do vinil não é uma “tribo” fechada como a dos *straight edges*, mas pudemos constatar ao longo da pesquisa que algumas figuras são recorrentes. Para ilustrar, deixo três exemplos: temos o de Mylena, que discotecou na edição do Clube do Vinil em que estive, foi DJ na 5ª Feira de Vinil e que é funcionária da Tracks. Outro exemplo é o de Cristiano, um ávido colecionador que estava na Tracks neste dia e que depois revi na Feira de Vinil, ocasião em que o entrevistei. Já quase no final do expediente do Dia Nacional do Vinil na Tracks, conheci Charles Gavin, que acabei entrevistando no dia seguinte na programação do *Record Store Day* da Livraria Cultura.

A ideia original do *Record Store Day*⁴³ foi concebida por Chris Brown, e foi fundada em 2007 por Eric Levin, Michael Kurtz, Carrie Colliton, Amy Dorfman, Don Van Cleave e Brian Poehner como uma celebração da cultura única que envolve mais de 700 lojas independentes nos EUA, e centenas de lojas semelhantes ao redor do mundo. Este é o dia em que todas as lojas de discos independentes se reúnem com artistas para celebrar a arte musical. Vinis especiais e lançamentos de CD e vários produtos promocionais são feitos exclusivamente para o dia e centenas de artistas nos Estados Unidos e em vários países em todo o mundo fazem aparições especiais e performances. As comemorações incluem performances, pintura corporal, encontros com artistas, desfiles, e DJs colocando os discos para girar. Metallica começou oficialmente o *Record Store Day* na loja Rasputin Music⁴⁴

⁴³ <http://www.recordstoreday.com/CustomPage/614> Acessado em 12/01/2013

⁴⁴ Matéria sobre o referido show de Metallica <http://www.youtube.com/watch?v=hh5bQBYNu60> Acessado em 12/01/2013.

em São Francisco no dia 19 de abril de 2008. Hoje, o *Record Store Day* é comemorado no terceiro sábado do mês de abril.

Na cidade do Rio de Janeiro, a programação dedicada ao Record Store Day aconteceu na Livraria Cultura, no sábado, dia 21 de abril de 2012. As atrações contaram com um pocket show de Ritchie, sessões de autógrafo de Thais Gulin e de André Leonno. Logo que cheguei na livraria, encontrei Charles Gavin e João Augusto e Rafael, donos da Polysom e da gravadora Deckdisc⁴⁵. Conversei com o trio em uma entrevista que vai ser comentada ao longo deste capítulo. Apesar da data comemorativa, poucas pessoas foram até a livraria. Talvez porque ela fique dentro de um shopping center elitizado e afastado do centro da cidade.

Em uma tarde pelo centro do Rio de Janeiro, passei pela loja Alfamec, que vende vitrolas usadas e tem um pequeno acervo de discos que fica em um canto, sem muito destaque. Pelo caminho, entrei em um sebo onde os discos estavam espalhados ao pé das estantes de livros, sem receberem muitos cuidados, não sendo nem ao menos divididos por gêneros ou por qualquer outra classificação lógica. Seguindo o percurso – da tarde e da pesquisa – encontrei uma loja chamada Pequenos Mundo dos CDs e Bazar. A maior parte do acervo da loja é tomada por CDs, DVDs e blu-rays, novos e usados. Entretanto, desde que começou, há 12 anos, vende também discos de vinil. Os LPs expostos, em torno de 1.500, são de bossa nova dos anos 60; rock dos anos 50, 60, 70, 80, 90, tanto nacionais quanto internacionais, jazz e soul/funk music⁴⁶. O dono da loja, Marcelo Augusto, comentou que o público que aparece em busca de LPs costuma ser de adolescentes e pessoas acima de 35, 40 anos, sendo que, entre os adolescentes a clientela é mista, já entre os mais velhos é basicamente composta por homens.

Continuando a caminhada, ainda na Rua 7 de Setembro, entrei na loja Classic Discos. No segundo andar de um prédio antigo, por acaso, encontrei uma das maiores lojas de rua que vende vinil no Rio. A Classic Discos existe desde 1998 – e parte de seu quadro antes fazia parte da loja Moto Discos. Segundo o funcionário José Jorge⁴⁷, era lá que Chico Anysio costumava comprar seus LPs e que artistas

⁴⁵ <http://www.deckdisc.com/deckdisc/>

⁴⁶ Entrevista com Marcelo Augusto, dono da loja Pequenos Mundo dos CDs e Bazar, concedida à autora em 27/06/2012.

⁴⁷ Entrevista com José Jorge, da Classic Discos, concedida à autora em 27/06/2012.

como Paulinho da Viola e Marquinhos Satã, cujos discos estão à venda também aparecem em busca de LPs.



Figura 4 – Loja Classic Discos
Fonte: comlola.com

A última parada no *tour* pelas lojas de discos foi na Praça Olavo Bilac, em frente ao Mercado de Flores. Entro em um prédio comercial e, enquanto subo o elevador, a pergunta que martela é “o vinil é um negócio rentável?”. No segundo andar, vou em direção à Tropicália Discos e vislumbro uma sala que “esconde” um grande arsenal de LPs. Um senhor conversa sobre música com os donos que estão atrás do balcão e logo se despede. Sobre a minha indagação, Bruno⁴⁸ comenta:

Ninguém fica rico com disco, mas dá pra viver. Não dá pra, por exemplo, eu gostaria muito de ter uma loja de frente pra rua, mas o aluguel não dá, não dá pra bancar esse tipo de coisa, mas dá pra viver. E também é uma coisa prazerosa, a gente conhece muita gente boa, como esse senhor que saiu daqui, pessoas que se tornaram amigos, trocamos idéias, a gente apresenta material novo. Porque mesmo sendo antigos, muitos discos se tornam novidade pra várias pessoas; o grande exemplo desses foi o Arthur Verocai, passou batido na época, lá por meado da década de 90 foi apresentado a alguns estrangeiros e eles se apaixonaram, o disco foi tão bem aceito no

⁴⁸ Entrevista com Bruno Alonso, da Tropicália Discos, concedida à autora no dia 27/06/2012.

exterior, que é dos mais cotados em listas, tanto alemães, quanto japoneses, americanos se interessam.

A Tropicália Discos existe há aproximadamente nove anos. Atualmente, 90% do acervo é composto por vinil. A loja possui o maior estoque das que conheci: são em média 50 mil unidades. Os gêneros mais procurados, de acordo com os donos, são: rock, geralmente décadas de 60, 70, 80, MPB, jazz, e o único gênero que sai pouco é a velha guarda, por falta de clientela. Os clientes procuram também por black music, instrumentais e chorinho.



Figura 5 – Tropicália Discos
Fonte: Arquivo da loja

3.1.2 A feira de discos

Além das lojas, o vinil está espalhado pelas ruas do Rio de Janeiro, como a Pedro Lessa, que concentra algumas barraquinhas ao lado da Biblioteca Nacional, e em duas feiras que acontecem com certa frequência: a da Praça XV, que ocorre todo sábado e é uma espécie de mercado das pulgas; e a feira do Lavradio, que acontece todo primeiro sábado do mês.

Outra feira, que acontece apenas duas vezes por ano, voltada exclusivamente para o universo dos bolachões, e que já mencionamos antes, é a Feira do Vinil do

Rio de Janeiro. A feira foi idealizada em conjunto por Marcos Oliveira, da Space Cake Records e por Maurício Gouveia, da Baratos da Ribeiro. A primeira edição foi no dia 10 de abril de 2010, teve 35 expositores e um público estimado em 1.500 pessoas.

As duas edições da feira que acompanhamos foram a 4ª, que aconteceu em outubro de 2011, na qual realizamos um exercício de observação participante em campo; e a 5ª, que foi realizada em maio de 2012, na qual entrevistamos pessoas que compraram discos.



Figura 6 – 5ª Feira de Discos de Vinil do Rio de Janeiro
Fonte: Arquivo da autora.

Neste exercício de observação participante na feira de discos, posso apontar três principais desafios: o de quebrar estereótipos naturalizados, o de contemplar as observações lançando mão apenas do diário de campo e o de – ao mesmo tempo – estabelecer contatos e interferir o menos possível no andamento da feira.

O campo tem uma natureza subjetiva. Não se trata de tema ou locais específicos, mas sim de uma maneira de observar aquilo que se quer conhecer, produzindo um “deixar-se levar” no encontro com uma determinada circunstância (CAVALCANTI, 2003, p.118). Ao chegar na feira, eu não sabia exatamente o que iria

encontrar. Estariam ali apenas meia dúzia de colecionadores mais velhos e fanáticos ou um grupo de curiosos e desocupados no domingo à tarde? Resolvi chegar na feira com a mente “em branco”, atenta à tudo e a todos ao redor, para conhecer a dinâmica da situação e os indivíduos que estariam ali.

No primeiro domingo do horário de verão, as nuvens no céu traziam pancadas de chuva que deixaram o Rio de Janeiro com um aspecto de inverno – apesar de já ser primavera. O dia teria tudo para ser monótono, fazer as pessoas ficarem em casa, adaptando-se ao novo fuso e ficando longe dos pingos de chuva – finos, mas insistentes. No entanto, ao passar pelo portão azul do Clube Israelita em Copacabana e entrar no salão de piso frio, o cenário era totalmente diferente do clima lá de fora. Balões pendurados na parede e três fileiras de mesas nas quais estava exposto o motivo do burburinho circulante: os discos de vinil.

Na 4ª Feira de Vinil do Rio de Janeiro, que aconteceu do meio-dia até as oito da noite, o que se destacou aos olhos de quem passou por lá foi a multiplicidade. A heterogeneidade de público, de discos expostos – e CDs – além de diferentes tipos de expositores.

Como dito anteriormente, durante o exercício realizado, deparei-me com algumas questões interessantes, entre as quais destaco a dosagem entre observação e participação, o uso do diário de campo e a desnaturalização de estereótipos. É relevante expor tais pontos para problematizar a reflexão em torno do trabalho de campo.

Começamos pelo último obstáculo citado. No imaginário comum, o consumidor de vinil é um integrante da “velha-guarda”, uma figura muito próxima do personagem criado por Nick Hornby em seu livro *Alta Fidelidade*, adaptado para o cinema e interpretado por John Cusack. O protagonista Rob Fleming é um aficionado por discos que tem uma loja, a *Championship Vinyl*, onde passa boa parte de seu tempo falando sobre música com seus amigos e colegas de trabalho. O perfil do colecionador é justamente este: o do homem de meia-idade (entre 35 e 50 anos), que tem dinheiro para gastar em discos e que carrega uma certa arrogância e superioridade – que aqui em nada se refere à do som do vinil – mas ao conhecimento que é atribuído a esse tipo de ouvinte. Conhecido como vinileiro, audiófilo, discófilo: eis o estereótipo enraizado no senso comum quando se fala em ouvintes de LP.

Entretanto, ao circular pela feira e observar as pessoas que se aproximavam dos stands, pude perceber que o público não era necessariamente aquele que eu imaginava.

- Quanto tá esse aqui? – perguntou uma jovem de 20 e poucos anos ao expositor).
- 50 reais.
- Ah, eu também tava procurando esse do Hendrix. Tem outro? – pergunta uma segunda jovem, também de 20 e poucos anos, direcionando um olhar esperançoso para o expositor.
- Quer? Eu não vou levar. – diz a primeira, estendendo o LP para a segunda.
- Ai...50 tá caro, vou procurar mais. – responde a moça ao olhar o preço no disco.

Nessa situação ocorreu um estranhamento como condição de conhecimento, e esse é um dos pressupostos da técnica do “deixar-se levar” (CAVALCANTI, 2003, p.119). Como dito pela autora, embora pareça uma tarefa simples, a técnica demanda treinamento e exercício. A forma pela qual se encara o objeto é um ponto para o qual o pesquisador deve estar sempre atento. Enquanto nos estudos realizados em culturas diferentes o perigo decorre em cair na exotização do outro, nas pesquisas realizadas na sociedade em que se vive é o oposto: pensar que o que está ali é natural e familiar. Reside aí o desafio de “escapar à armadilha do senso comum” (MAGNANI, 1993, p.47)

E assim foi o resto da tarde, pessoas de variadas faixas etárias, pais com filhos, namorados, pessoas sozinhas, idosos e até crianças passaram pela feira, desfilando com suas sacolas e um olhar de quem carregava um pequeno tesouro ali, outros tinham um semblante preocupado de quem ainda não encontrou o que busca, enquanto outros olhavam com um estranhamento admirável para os discos expostos.

Entre os transeuntes estava Bruno, de 25 anos, que tem uma coleção de 300 discos de rock dos anos 70 e de jazz. O jovem comenta que escuta também música digital, mas para ele “o MP3 é um rascunho”, preferindo a qualidade sonora do vinil. Apesar de ter crescido na geração do CD, Bruno conta que seu pai tem uma coleção de discos. Ainda fala sobre os discos que são vendidos no centro da cidade, dentre os quais há muita coisa comum, mas também se encontra raridades – como o Racionais do Tim Maia, que já foi encontrado por um real. Antes de voltar à sua caça ao tesouro, pergunto ao jovem qual LP carrega em sua sacola. Ao que, com um

sorriso satisfeito no rosto, ele responde “eu comprei um disco da banda do John Coltrane”.

Ainda no stand da Toca do Vinil, está Luiz, de 28 anos, que acabara de comprar os dois primeiros discos do Pearl Jam. Ele conta que ouve basicamente rock e MPB, e tem em casa “LPs que se ouvia na época (dos pais) como Roberto Carlos e Chico Buarque”. Com as duas novas aquisições, seu acervo subiu para 222 discos. Já Isabela, de 23 anos, apropriou-se da vitrola antiga da qual a tia se desfez. Uma curiosidade relatada pela jovem é a de que a sua mãe “é toda da era digital”, no entanto a filha se interessa pelo vinil, possui discos do Deep Purple e do Led Zeppelin. Ela diz que está ainda iniciando a sua coleção, mas que escuta LP porque “todo mundo diz que os agudos são melhores, o som”.

Artur, de 29 anos, costuma comprar pela internet, e tem 500 discos de jazz. O jovem também ouve CD, mas o hábito de ouvir vinil é diário, e comenta como este formato tem uma fidelidade sonora superior. Fernando, de 23 anos, tem um acervo de 1.200 discos, preferindo ritmos regionais, como o carimbó do norte, artistas do sul como Gaúcho da Fronteira e Renato Borghetti, além de MPB e da música feita nos anos 60 e 70. Comenta orgulhoso da edição especial de Dark Side of the Moon que possui, e diz que escuta CD diariamente, deixando o LP para determinadas ocasiões, para preservá-lo. Natália, de 26 anos, “herdou” a coleção dos pais, composta por MPB, rock, com artistas como Aerosmith e Rolling Stones. A jovem comenta que precisa de uma agulha nova para seu toca-disco.

A surpreendente descoberta de jovens apreciadores dos discos não elimina os ouvintes mais velhos. Henrique Kurtz, de 40 anos, possui um acervo de 5 mil discos, dentre os quais se encontra estilos como jovem-guarda, brega e cafona⁴⁹. Fátima, de 58 anos, também tem uma coleção de cinco mil discos, dentre os quais destaca os de bossa-nova, jovem guarda e Beatles.

No stand de Renato Girão, Sônia, uma senhora de mais de 70 anos, já teve 300 discos e conta que se defez de muitos. Ela ainda possui raridades da MPB, Elis Regina, Dorival Caymi, além de música chinesa e de música russa “é lindo, tocado pelos soldados russos”. Ela relata o problema que há na aparelhagem, que era melhor quando o som era mecânico.

⁴⁹ Os diferentes gêneros musicais mencionados estão sendo relatados exatamente pela mesma nomenclatura utilizada pelos interlocutores.

No meio do público, abordei um senhor que se mostrou muito proseador. Wilson de Moraes carrega nas rugas do rosto toda uma história em torno da música. Ele contou que já foi produtor, diretor da parte editorial da Continental, fiscal do ECAD, técnico de som, já produziu a revista O Rouxinol (em POA) e foi amigo de Donga e de Pixinguinha. A conversa poderia durar o resto da tarde, pois tantas eram as histórias que seu Wilson contou. Todavia, para não perder o foco, é interessante relatar que ele carregava em sua sacola uma cópia da primeira gravação de Prenda Minha – parte da pesquisa que vem desenvolvendo, buscando as primeiras gravações de várias canções da música popular brasileira.

Assim como Foot-Whyte (1975) aponta sobre a necessidade de se saber o momento certo para fazer perguntas e o que perguntar – pois muitas vezes, com a aceitação das pessoas, as respostas podem surgir sem mesmo haver sido feita uma pergunta – também é importante atentar para a presença do gravador. A confiança é uma meta. O investigador precisa trabalhar as relações que estabelece com os interlocutores, pois a aceitação por parte deles pode depender mais dessa estratégia do que de explicações exaustivas sobre a pesquisa.

O segundo obstáculo enfrentado foi o do gravador. Na realidade, foi uma decisão previamente planejada a de não utilizar o equipamento – ao menos que algum dos interlocutores se mostrasse à vontade para uma entrevista gravada ou, na condição de fonte importante para a pesquisa, não estivesse mais presente na cidade no dia seguinte. Já havia determinado que seria impossível realizar uma entrevista em profundidade durante o evento, dado o fluxo de pessoas e a movimentação das vendas. Além disso, não era de meu interesse interferir na dinâmica da feira, mas eu diria que a intenção era a de me manter como uma observadora equidistante – nem tão próxima ao ponto de interferir, nem tão distante ao ponto de não alcançar a parte participativa da observação.

A presença do gravador poderia prejudicar o andamento da observação participante de dois modos: dar a impressão de que eu era jornalista de algum veículo fazendo a cobertura do evento, ou intimidar os interlocutores. O gravador tem a tendência a tornar as conversas mais formais, pelo fato de que o que vai ser dito ficar gravado “para sempre”, as pessoas racionalizam antes de falar, não se expressam de um modo mais espontâneo e tornam-se artificiais, deixando de mencionar assuntos importantes relacionados à pesquisa.

Faz parte da pesquisa conquistar a confiança de quem se está querendo um depoimento. Não se pode chegar exigindo uma declaração, tal como num interrogatório. A pesquisa social que trata diretamente com pessoas demanda que o pesquisador se aproxime do interlocutor, se apresente, converse – as técnicas de história oral são pertinentes para esse tipo de investigação. Muitas vezes, a partir da conversa aparentemente despretenciosa, é possível obter a resposta para questões que não foram articuladas em uma pergunta propriamente dita.

O desafio nesse ponto também diz respeito ao exercício da memória para lembrar depois o que o interlocutor está contando. Quebra o curso do diálogo se o investigador ficar anotando enquanto o interlocutor fala – embora informações mais pontuais devam ser anotadas durante a conversa, para não haver equívocos com dados.

Enquanto eu vislumbrava os detalhes e o andamento da feira naquele domingo de tarde, algumas pessoas me abordaram, perguntando o que eu anotava no meu “bloquinho”. Alguns perguntaram desconfiados – talvez já ressabiados com a imprensa rasa – outros perguntaram realmente interessados, querendo participar do que quer que fosse que eu estivesse fazendo.

-Gente, olha só, ela tá fazendo uma pesquisa! – comentou Fátima, entusiasmada quando lhe falei que estava ali conversando com os colecionadores de vinil para o meu trabalho de mestrado.

- Então vem cá, fala com esse cara aqui. – disse ela me levando pelo braço. – Ele sabe tudo de Beatles. – O referido era Aldo, um colecionador de Beatles, jovem guarda, MPB, bossa nova, rock anos 50 e 60. De todos os audiófilos com quem conversei, Aldo ganhou em número de discos: são mais de 20 mil LPs em seu acervo.

De repente, havia uma roda formada ao meu redor pelos amigos e conhecidos de Fátima, que perguntavam curiosos sobre meu trabalho, e contavam sobre os discos que tinham, com uma falsa modéstia “Ah, eu não sou colecionador, só tenho 5 mil discos, esse aí que é o cara”, e ficavam jogando confetes entre si.

Enquanto eu ainda estava olhando os LPs no stand de Aldo⁵⁰, - que além dos Beatles, tinha 2 mil *pictures discs*, os quais pretende exibir em uma exposição em breve – Nélio, do stand ao lado, ouviu que eu estava fazendo perguntas e

⁵⁰ Posteriormente, Aldo participou das entrevistas semi-estruturadas.

conversando com as pessoas sobre os discos, e fez seu julgamento sobre a questão:

- O LP é uma obra de arte embalada. A música que é embalada e mais a arte visual. – Com um acervo de 6 mil discos, ele fala também sobre a qualidade sonora – Se o som é melhor que o do CD? Não sei, depende. Mas eu sei que cresci ouvindo vinil, e prefiro o vinil ao CD.

Havia uma fusão, na maioria das vezes, entre colecionadores e vendedores. Não raro os vendedores são aficionados por música. A primeira dúvida que me veio à cabeça foi a de por que motivo esses colecionadores estariam se desfazendo de parte de seu acervo, ao colocar discos à venda na feira? Duas explicações se seguiram ao meu questionamento: os discos expostos eram “duplicatas”, isto é, itens repetidos nas coleções, ou eram discos que eles ganhavam e não gostavam. Ambos os casos fazem parte da lógica de vender para comprar outros e expandir as coleções.

Entre os stands montados na feira, havia representantes de lojas físicas e de lojas virtuais. Alguns eram colecionadores que fazem negócio entre amigos e costumam expor também em duas feiras que acontecem no centro da cidade, a da Praça XV e a do Lavradio.

No caso de Augusto, o ofício de vender LPs é uma atividade extra, pois ele conta que é engenheiro químico, mas que com as vendas de LP pelo site que criou na internet, consegue ganhar em torno de 2 mil reais por mês. No stand, os discos estavam divididos entre jazz, rock clássico, progressivo, black music, MPB, ópera e clássico.

É comum para os vendedores adquirirem LPs em lotes oriundos de colecionadores que querem se desfazer de seus acervos.

- É a minha cachaça! – exclama Vilson, conhecido por Jerry, ao falar sobre os discos.

O vendedor, que também expõe nas feiras da Praça XV e do Lavradio, tem uma coleção de 5 mil discos. Os LPs à venda não tinham etiquetas classificatórias de gênero, mas Jerry falou que ali havia tango, forró, carnaval, jovem-guarda e brega. O cearense, que veio morar no Rio em 1971, iniciou a arte de “garimpeiro” na Feira de São Cristóvão na década de 80. O seu apelido se deve ao cantor Jerry

Adriani, de quem Wilson é fã, e começou a ser chamado assim quando trabalhava em um restaurante.

- Tem dias que eu choro ouvindo discos. – ele conta, enquanto me mostra um exemplar de Odair José, o motivo da emoção.

Luiz e Lizabeth têm 19 mil discos. Para ele “o vinil tem o caráter histórico, com o CD isso se perde”. Os LPs expostos eram de MPB, rock, blues, jazz e samba de raiz. Eles não têm loja, mas vendem em casa. Lizabeth confessa: “a gente é discófilo”.

É interessante apontar como nesse nicho é necessário ter o conhecimento de quais discos valem quanto. Existe toda uma hierarquia sobre quais LPs são mais valorados do que outros. O mesmo disco de Tim Maia, o Racionais, sobre o qual Bruno contou que foi vendido na rua por 1 real, no stand “Júnior Discos e LPs raros”, o volume I foi comprado por 200 reais, e o volume II pela quantia de 500 reais.

No pilar em frente aos banheiros, um cartaz com a palavra “Oldies” me chamou a atenção. O acervo pertence a Zé Roberto, também conhecido por Oldie, um colecionador de 67 anos que já teve um apartamento quarto-sala só para guardar seus discos. Hoje, os 12 mil restantes cabem em uma estante. Oldie me mostrou alguns dos exemplares à venda – como o Splish Splash de Roberto Carlos, por 200 reais; o disco raro de Vimana, a primeira banda de Lobão, também por 200 reais; duas edições de Millie Small, uma nacional e a outra internacional. E tinha até o que, segundo Oldie, seria um dos primeiros piratas da história: o LP The Get Back Sessions dos Beatles. Oldie não se põe contra o CD, mas considera o vinil melhor. Para ele, existe o ritual de abrir a capa, pegar o disco e colocá-lo na vitrola para tocar. Oldie tem coleções completas dos Beatles, Elvis e Roberto Carlos. Os gêneros que aprecia são: rock anos 70, progressivo, jovem guarda e jazz. O vendedor comenta com um tom depreciativo “mas aqui na feira tem de tudo, desde o sertanejo...”. Todo sábado, Zé Roberto ‘Oldie’ está na Feira da Praça XV vendendo discos.

Um ponto perceptível a partir das conversas realizadas ao longo do dia é que o gosto pelo LP não elimina o consumo de CDs e MP3. É o exemplo de Oldie, que costuma ouvir mais frequentemente música no formato CD e em MP3 no

computador. Para ele, como dito antes, o vinil faz parte de um ritual, exige um determinado momento, e a escuta é realizada uma vez por mês.

Antes de partirmos para o tópico seguinte com os colecionadores, faço um último relato sobre uma situação que aconteceu quase no final da feira. Enquanto eu ainda observava os colecionadores já no começo da noite, um dos expositores da loja Sempre Música se aproximou e comentou “é raro ver alguém fazendo entrevistas e pesquisas sem gravar. Gostei que você conversou com a gente e não chegou colocando um gravador na nossa cara”.

3.2 O COLEZIONADOR NO CAMPO DE ACETATO

- Eu não acredito Durval, cê não entrou ainda na era do CD?
- Eu só trabalho com LP.
- Mas não pode não, como é que a gente vai ficar? O ano 2000 tá aí hein? O CD tá predominando.
- Meu amigo, tem gente que é fiel ao LP.
- Mas vai acabar né?
- O que que vai acabar?
- O LP! Agora todo mundo só quer CD, as indústrias vão parar de produzir vinil.
- Que que vai acabar?
- O LP.
- Vai acabar o que, cê vem aqui botar uruca na minha loja é? [...]
- São os dados.
- Que que são dados? Ó meu amigo, tem muita gente, mas muita gente mesmo que prefere LP.
- Por quê?
- Por quê? Pega um aqui. Porque, olha o LP que maravilha ó, é grande. E o CD é só esse miolinho aqui. E no CD, você consegue escolher a música? Aqui você consegue ó, cê ve a faixa que é grande, a faixa que é pequena, cê escolhe ali exatamente o ponto em que vai a agulha.
- É, isso é.
- E tem o lado A, e tem o lado B que é completamente diferente. Você lembra disso não lembra?
- Cê tá certo tudo isso aí que você falou. Mas o som do CD é melhor.
- O som sim. Mas e a música?

O final do filme Durval Discos mostra a demolição da loja de discos que o protagonista insiste em levar adiante mesmo na “era do CD”. Durval, fiel ao LP, é um aficionado que faz de sua paixão o seu trabalho. A história se passa no ano de 1995, mesmo período em que as *majors* pararam de fabricar LP no Brasil. Entre os clientes, aparece uma dupla atrás do álbum Racional de Tim Maia, e um outro desavisado que procura por CD. Na discussão travada entre Durval e o cliente, os motivos da preferência pelo vinil que o dono da loja enumera são parecidos com o que os entrevistados para esta pesquisa responderam. Antes de chegarmos a essa

questão, vamos percorrer a trilha por onde andamos para localizar os colecionadores.

Antes de entrarmos na análise propriamente dita, cabe fazer uma explicação de quais critérios consideramos na escolha das pessoas que fazem parte desta pesquisa. Quando se pensa em um colecionador de vinil, a ideia que vem à mente é a de alguém que compra discos sistematicamente, preserva sua coleção, tem apreço pelo formato, pelas capas, encartes e pela qualidade sonora. Que deixa tudo muito bem organizado em alguma ordem específica – alfabética, por exemplo – que tem o seu canto ritualístico e solitário de escutar música. Entretanto, como classificar o sujeito que tem sua coleção de vinil, mas também vende e troca LPs em uma feira de disco? Ou então, o dono de loja que fala apaixonadamente do vinil, ou ainda aqueles que, de alguma forma mais geral fazem parte do universo do LP?

Nesta pesquisa entrevistamos colecionadores. Mas também conversamos com donos de loja e sebos, donos de fábrica, com um criador de selo especializado em LP e compacto, DJs que tocam com vinil, pessoas que leem e pesquisam a fundo sobre o assunto. Falamos com um vendedor veterano de loja de disco, na ativa desde o tempo em que as grandes lojas de rua davam lucros até o momento atual. Assim, pareceu-nos mais apropriado utilizar o termo “vinileiros” para nos referirmos a todos esses indivíduos que têm alguma conexão com o LP em suas vidas e que, de certa forma, fazem girar o disco no universo do vinil.

Após o exercício de observação participante empreendido na feira, buscamos colecionadores em dois endereços da internet, dedicados ao culto ao vinil: um deles é o grupo de discussão do Facebook “Disco de Vinil – colecionadores⁵¹” que até o momento conta com 287 membros. Na descrição da página, consta o seguinte: “o grupo é focado no compartilhamento de informações, notícias, artigos e raridades do mundo do vinil. Também compartilhamos nossas coleções com fotos e vídeos, assim como impressões sobre lançamentos, edições, ou seja, tudo aquilo que corrói a mente de um *addict vinyl*”. O outro site em que publicamos um questionário com perguntas para serem respondidas foi a comunidade do Orkut intitulada “Discos de Vinil⁵²” que tem 24.882 participantes até então.

⁵¹ <https://www.facebook.com/groups/183928468317829/> Acessado em 14/01/2013.

⁵² <http://www.orkut.com.br/Main#Community?cmm=39049> Acessado em 14/01/2013.

As mesmas perguntas inseridas no questionário da internet foram utilizadas para as entrevistas com os frequentadores da 5ª edição da Feira de Vinil do Rio de Janeiro, que aconteceu no dia 06 de maio de 2012. Ao longo da tarde, abordei pessoas que saíram da feira com sacola de discos, para saber se elas colecionam, se compraram casualmente, o que elas compraram, etc.

Somando quem respondeu nas duas páginas da internet e quem deu respostas na feira de discos, temos 38 entrevistados. Essa foi uma primeira entrevista, com questões mais pontuais que depois viriam a ser desdobradas nas entrevistas em profundidade. Mesmo tendo sido entrevistas curtas de, no máximo, cinco minutos, já foi possível constatar aspectos interessantes que cercam a cultura de consumo/ colecionismo do vinil.

Observações referentes a gênero não são nosso foco. Todavia, é interessante comentar que, das 15 pessoas que responderam pela internet, apenas uma é mulher. Já na feira, a divisão entre compradores homens e mulheres foi menor: dos 23 entrevistados, 11⁵³ são mulheres e 13 são homens.

Entre os 38 entrevistados, a maioria – 28 deles – tem um acervo de até 500 discos. Os dez restantes se dividem: cinco possuem entre 500 e 1500; e os outros cinco têm mais de 1500.

Quanto à idade com que principiaram a comprar discos, 12 pessoas começaram a comprar entre 10 e 13 anos; 17 iniciaram seu acervo entre 14 e 20 anos; e oito começaram a adquirir discos acima dos 20 anos⁵⁴. Fazendo o cálculo entre a idade com que começaram a comprar LP e a idade que eles têm hoje, podemos inferir há quanto tempo essas pessoas vêm colecionando discos. Das 38, 21 colecionam há menos tempo ou igual a 10 anos e 15 entrevistados colecionam há tempo maior ou igual a 15 anos. Ainda que a diferença entre ambos não seja tão marcante e o número de pessoas abordadas não seja quantitativamente significativa, não dá para deixar de notar que existem pessoas que começaram a colecionar LPs já nos anos 2000, quando o formato vinha deixando de ser fabricado no Brasil.

⁵³ A soma dá 24 porque duas jovens mantêm juntas a mesma coleção.

⁵⁴ Uma pessoa não respondeu essa questão no questionário na internet.

Sobre os gêneros favoritos⁵⁵, os dois mais citados são rock (28 mencionaram) e MPB (23). Na sequência vem o jazz com 10 menções; blues, samba e pop – cada um citado três vezes -; funk, soul, black e erudita lembradas duas vezes; e bossa nova, psicodélico, internacional, raridades, eletrônica, metal, punk, pós punk – todos citados uma vez.

Já entre os artistas favoritos, figuram Beatles (9 votos), Pink Floyd (7) e Chico Buarque (5). Entre os cinco artistas mais citados, três são nacionais (Chico Buarque, Gal Costa e Caetano Veloso).

A maioria dos entrevistados costuma ir a shows: dos 38, 28 responderam que sim, nove falaram que não, e um não respondeu. Isso é interessante, pois o fato de apreciarem a música gravada em LP não exclui o consumo de música ao vivo.

Além do exercício de observação participante na 4ª edição da feira, das entrevistas na 5ª edição do evento, e dos questionários na internet, conversamos com pessoas que fazem parte deste circuito do vinil. De lojistas, colecionadores, produtores, DJs, a pesquisador de música e da tecnologia analógica e crítico musical. Vamos a eles, os vinileiros.

Os vinileiros entrevistados para este trabalho podem ser divididos em dois grupos: o dos que atuam no lado da produção e distribuição do vinil - para os quais as perguntas não tiveram como foco suas coleções particulares, mas as questões que envolvem suas atividades como lojistas ou fabricantes de disco. O outro grupo é dos que se situam no lado do consumo do artefato – seja para aumentar a sua coleção seja para fins de pesquisa.

Para recapitular, os entrevistados das lojas e sebos, que já foram mencionados no começo deste capítulo, são: Maurício Gouveia da Baratos da Ribeiro, Heitor de Araújo da Tracks, José Jorge da Classic Discos, Bruno Alonso e Márcio da Rocha da Tropicália Discos, e Marcelo dos Santos da Pequeno Mundo dos CDs e Bazar. Além deles, também já havíamos comentado sobre a entrevista realizada com Charles Gavin e com os donos da Polysom, João Augusto e Rafael Ramos. Realizamos mais uma entrevista com um vinileiro que se situa deste lado da produção e distribuição de discos: Luiz Valente, que criou o *Vinyl Land Records*⁵⁶,

⁵⁵ A resposta era aberta para o entrevistado responder quantos gêneros quisesse.

⁵⁶ <http://vinyllandrecords.com> Acessado em 13/01/2013.

selo dedicado exclusivamente a lançamentos de LPs e compactos em edição limitada em vinil. O selo foi fundado em 2008 e surgiu da vontade de Luiz de discotecar a nova música brasileira em festas dedicadas à cultura deste artefato.

Já os entrevistados que tiveram as perguntas voltadas para suas coleções e acervos de LP que ainda são mantidos, podem ser divididos em dois grupos: o dos que têm acima de 30 anos, ou seja, que viveram a era em que o vinil era soberano em meados dos anos 70 e 80; e o dos que têm menos de 30 anos e já pegaram a transição do vinil para o CD ainda na infância, cresceram numa época em que o CD era a mídia predominante, ouviram mp3 e, ainda assim, iniciaram as suas próprias coleções de um formato analógico, que poderia ser considerado defasado, ultrapassado, mas que continua vivo. Voltamos à pergunta que lançamos lá na introdução deste trabalho: por que as pessoas continuam a comprar discos de vinil – algumas inclusive começaram a comprar LPs nos últimos anos – numa época em que a música pode ser consumida gratuitamente?

Os vinileiros que estão no grupo acima de 30 anos são: Aldo Jimenez, que é coordenador de Informática do Banco Central, Arthur Dapieve que é jornalista e crítico musical, Gilda Lassance que é advogada, Roberto Corrêa Júnior - mais conhecido como Tuta Discotecário - que é pesquisador musical do coletivo Vinil é Arte⁵⁷, e Joaquim Cutrim que é advogado e também realiza pesquisas sobre os discos de vinil. Os entrevistados que nasceram na era digital são: Kauê Cardel, que é geofísico, João Maizena, que é DJ do Clube do Vinil do Bar Bukowski e trabalha na Livraria Saraiva, Mylena Shapovalov, que é publicitária e trabalha na Tracks, Rafaela Prestes, que é técnica de som, e Túlio Brasil, que é estudante de jornalismo e trabalha na Sony Music Brasil.

O acervo dos vinileiros entrevistados varia entre 20 discos e 20 mil. Entre os dois extremos, as coleções são de, em média, 200, 300, e entre 700 e mil LPs.

Com o intuito de organizar de forma mais sistemática as respostas dadas às questões que nos propusemos a responder, separei esta seção do capítulo nas seguintes categorias de análise: ritual; além do estereótipo de Alta Fidelidade,

⁵⁷ O coletivo Vinil é Arte se dedica a formar uma diversificada coleção de discos. Os 5 integrantes do grupo levam sua pesquisa ao público discotecando em eventos. Dividido nos estados de São Paulo, Rio de Janeiro e Minas Gerais, o coletivo apresenta raridades de grandes nomes da música, e amplia cada vez mais sua coleção que soma em torno de 15.000 títulos. <http://vinilearte.com> Acessado em 13/01/2013

coexistência dos formatos, colecionáveis: cânones e novidades, e a preferência pelo vinil. Vamos a elas.

3.2.1 O ritual



Figura 7 – Coleção de Tuta
Fonte: Arquivo pessoal cedido à autora.

A prática ritualística de colecionar vinil envolve processos distintos que vão desde a caça pelo tesouro até a forma como ele é preservado. O primeiro movimento desta empreitada é a busca, o ato de garimpar o disco. Fazendo uso de um termo utilizado por Shuker (2010), os lugares de aquisição citados pelos entrevistados incluem tanto espaços físicos quanto virtuais.

Para Aldo⁵⁸, o Rio não é provido de grandes lojas boas. Além de destacar a Tropicália Discos, a Baratos da Ribeiro, a Classic Discos e a Feira da Praça XV, ele comenta que compra bastante pelo Mercado Livre na internet. A sua reclamação é sobre a desorganização da Saraiva no Rio, onde ele por acaso encontrou um box do Pink Floyd que estava atrás da atendente do caixa. Arthur citou a Arlequim, a Travessa, a Saraiva, uma loja de metal que fica na Tijuca, a Livraria Cultura e disse

⁵⁸ Entrevista com Aldo Jimenez concedida à autora em 31/07/2012.

que frequenta a Tracks: “o Heitor entende muito de música. Parte dos vinis dos quais eu me desfiz eu troquei com ele. Porque ele trocava por um disco, ou às vezes até por outro vinil, por uma coisa que eu queria mais”⁵⁹. Gilda⁶⁰ comenta que já comprou pela Amazon, mas que compra mais tendo contato visual direto.

Uma peculiaridade interessante é a dos colecionadores que fazem questão de comprar em lojas físicas. João, por exemplo, conta que frequenta a Baratos da Ribeiro, um outro sebo no Largo do Machado, as banquinhas da Pedro Lessa, mas nunca comprou pela internet: “eu não sei como vai chegar a parada, por mais que seja um dólar, chega o negócio e ta arranhado, não é o que eu pedi. Eu prefiro ver, prefiro achar a barganha, acho muito legal garimpar, perder uma tarde inteira procurando disco”⁶¹. No mesmo sentido, Tuta comenta: “eu gosto mesmo é desse *tête-à-tête* da rua, de comprar nas ruas. De garimpar mesmo, de achar uma coisa rara. É muito mais prazeroso você achar uma raridade”⁶².

No mundo virtual, Arthur⁶³ menciona as pequenas lojas de internet que têm um “canto do vinil”. Kauê⁶⁴ descobriu que o site das Casas Bahia vende edições de relançamento de vinil. Túlio⁶⁵ compra na Amazon, nos sites dos selos estrangeiros Merge⁶⁶ e Domino⁶⁷, e também no site de compras coletivas Popmarket⁶⁸, que é de fora, mas não cobra frete e tem várias ofertas diferentes todos os dias.

Nas buscas por preciosidades particulares, histórias interessantes aparecem no caminho:

⁵⁹ Entrevista com Arthur Dapieve concedida à autora em 02/08/2012.

⁶⁰ Entrevista com Gilda Lassance concedida à autora em 22/07/2012.

⁶¹ Entrevista com João Maizena concedida à autora em 30/07/2012.

⁶² Entrevista com Tuta Discotecário concedida à autora em 1º/08/2012.

⁶³ Entrevista com Arthur Dapieve concedida à autora em 02/08/2012.

⁶⁴ Entrevista com Kauê Cardel concedida à autora em 23/07/2012.

⁶⁵ Entrevista com Túlio Brasil concedida à autora em 02/08/2012.

⁶⁶ <http://www.mergerecords.com/> Acessado em 16/01/2013.

⁶⁷ <http://radiocadillacs.com.br/> Acessado em 16/01/2013.

⁶⁸ <http://pt.popmarket.com/> Acessado em 16/01/2013.

A loja tem as caçambas de discos, e os discos dispostos assim em fileiras, e o cara que é colecionador fanático, ele normalmente tá vendo a fileira dele mas tá de olho na fileira do outro. E o lance de, por exemplo, você tá na sua fileira, e alguém está vendo a fileira do lado e você vê um disco que você quer muito, e o cara pega o disco e fica demorando com ele na mão. Aí você vê a fileira duas, três vezes e não quer sair dali. E o cara, naquela moleza, "levo, não levo?" dá vontade de sentar a mão no cara e "vou pegar esse disco" essa é a vontade que dá. E o mais interessante é quando, depois de 10 vezes você vendo aquela fileira, pra não sair do lado do cara, o cara deixa o disco ali, você praticamente pula, mergulha na fileira e apanha o disco e sai correndo pra que ninguém te veja. São histórias interessantes, já aconteceu comigo. Aconteceu isso com uma contracapa de disco dos Beatles, uma contracapa diferente, nacional, de 65, que era a transição do mono pro estéreo. Então eles lançaram algumas capas que tinham um carimbo colorido, e pouquíssimas capas tinham aquilo. E quando eu vi, ela tava nas mãos de um cara e ele ia levar, não sei porque não levou, aí eu fui como um The Flash, numa hora eu tava ali na esquerda, e de repente eu tava lá na frente, impressionante (ALDO)⁶⁹.

Outra história interessante é a de Rafaela⁷⁰, que foi redescobrir um disco de família na internet:

O meu avô, o Plínio Marcos, era um dramaturgo e gravou um disco com sambistas de São Paulo, e esse disco é muito raro. Na minha família, a minha avó tinha, só que se perdeu o disco e ficou só com a capa. Ele [Tuta] foi lá na casa da minha avó e ficou louco com isso, daí jogamos lá no Mercado Livre e a gente comprou de um cara do interior da Bahia. A única pessoa que a gente achou que tinha e conseguiu. Troquei uma ideia com o cara, ele ganhou o disco do Geraldo Filme, e esse disco agora vai ser relançado pelo selo do Vinil é Arte.

Sobre os modos de escuta do vinil, Aldo⁷¹ comenta que costuma ouvir no final de semana "como todos os colecionadores falam, há um certo ritual de você tirar aquela bolacha lá de dentro, e também há o aspecto visual". Arthur⁷² também comenta "No final de semana dá pra fingir que o resto do mundo não existe, eu escuto vinil. Sou um vinileiro de final de semana". Gilda⁷³ diz que não ouve tanto vinil quanto gostaria, por falta de oportunidade: "exige que você tenha um tempo, relaxe, se dedique àquilo". A maioria dos entrevistados escuta em momentos específicos,

⁶⁹ Entrevista com Aldo Jimenez concedida à autora em 31/07/2012.

⁷⁰ Entrevista com Rafaela Prestes concedida à autora em 1º/08/2012.

⁷¹ Entrevista com Aldo Jimenez concedida à autora em 31/07/2012.

⁷² Entrevista com Arthur Dapieve concedida à autora em 02/08/2012.

⁷³ Entrevista com Gilda Lassance concedida à autora em 22/07/2012.

quando podem prestar atenção na música, se dedicar àquela fruição. Túlio⁷⁴, entretanto, comenta que escuta quase todos os dias, pois seu toca-discos fica ao lado da cama "é um hábito, não é uma coisa esporádica não". João⁷⁵ relata outros momentos em que escuta LP: "eu gosto de ouvir disco pra fazer sala em casa [...] gosto de escutar música lavando louça, arrumando casa". O depoimento de João desmistifica a ideia de que o vinil é um objeto para ser apreciado apenas em total imersão do ouvinte. Isto é, também existe gente que consome música no vinil enquanto faz outras atividades.

Quanto à ordem na qual os vinileiros distribuem seus discos, existe um certo padrão recorrente, que é o de dividir entre artistas nacionais e internacionais, dentro de cada um desses grupos em ordem alfabética e dentro dos álbuns de uma mesma banda, em ordem de lançamento. Aldo⁷⁶ comenta que cataloga seus discos por gravadora e está digitalizando a capa dos discos de seu acervo para lançar um livro que serviria como catálogo. Ele diz que atualmente nenhuma gravadora tem catálogos antigos.

3.2.2 Além do estereótipo de Alta Fidelidade



Figura 8 – Coleção de João
Fonte: Arquivo pessoal cedido à autora.

⁷⁴ Entrevista com Túlio Brasil concedida à autora em 02/08/2012.

⁷⁵ Entrevista com João Maizena concedida à autora em 30/07/2012.

⁷⁶ Entrevista com Aldo Jimenez concedida à autora em 31/07/2012.

Os personagens de ambos os filmes *Durval Discos* e *Alta Fidelidade* representam a figura do colecionador como um homem de meia idade fissurado por sua coleção de discos. Na observação em campo nas lojas, feiras e nas entrevistas diretas deu para notar que o vinil não é uma paixão restrita ao universo masculino. Inclusive, na 5ª edição da feira, várias jovens circulavam pelo espaço com sacolas de discos. A geração que não viveu a era de ouro do vinil está colecionando também. Como dito por Aldo⁷⁷, “a gente não pode ter um estigma de que colecionador é só velho”.

Os filmes *Durval Discos* e *Alta Fidelidade* trazem personagem caricatos. Mesmo que a realidade não seja exatamente como é mostrada na tela, há uma identificação: “eu me identifiquei com ambos e conheço vários *Durval Discos* no Rio. Claro, aquilo não sou eu, mas eu me identifico”⁷⁸. Túlio⁷⁹ comenta “quando você vê filme com discos você tem que ver duas vezes, porque a primeira vez você tá tentando olhar pras prateleiras pra ver se tem alguma coisa que você conhece”.

O selo *Vinyl Land*, de Luiz Valente, surgiu da festa homônima que era realizada em Belo Horizonte que, por sua vez, foi inspirada numa camiseta do filme *Alta Fidelidade*. Luiz⁸⁰ comenta que o primeiro cartaz do evento foi inspirado no pôster do filme.

Quanto à presença feminina no universo de colecionar LPs, as opiniões se dividem. Para Túlio⁸¹:

Essa coisa de colecionar eu acho que é mais de homem. Juro que não é preconceito. É que eu não vejo muito mulher colecionando coisas, de juntar. Homem tem álbum de figurinha, tem carrinho, nunca fui muito dessas vibes, e esse espírito colecionável acabou vindo pelo vinil, de querer guardar as coisas. E não é só música né, você se preocupa com o detalhe: se a edição é diferente, se tem uma capa maneira eu vou buscar a que tem capa maneira. Eu não vejo isso muito nas mulheres que eu conheço. É legal pra você mostrar pra elas né. Tu deve colecionar, eu não to falando mal de ti.

⁷⁷ Idem.

⁷⁸ Entrevista com Arthur Dapieve concedida à autora em 02/08/2012.

⁷⁹ Entrevista com Túlio Brasil concedida à autora em 02/08/2012.

⁸⁰ Entrevista com Luiz Valente, da *Vinyl Land Records*, concedida à autora em 17/10/2011.

⁸¹ Entrevista com Túlio Brasil concedida à autora em 02/08/2012.

Aldo⁸² afirma que apesar do senso-comum de que mulher só coleciona roupa e sapato, ficou impressionado com a enorme quantidade de jovens mulheres comprando LP na primeira edição da feira de vinil. Bruno⁸³ e Márcio⁸⁴, donos da Tropicália Discos, contam que a maior parte do público que frequenta a loja é homem e, pela experiência dos anos na loja, acreditam que o hábito de colecionar música, artistas, faz parte do mundo masculino. Todavia, eles notam que as jovens da geração mais nova têm se interessado pelo LP, e dão o exemplo de um casal de 20 e poucos anos em que a namorada foi quem influenciou o namorado a embarcar na onda do vinil. Heitor⁸⁵, da Tracks, como já citamos na seção anterior, relata que a loja tem várias clientes mulheres, e garotas que se interessam pelo LP, como Mylena, que trabalha lá e que também foi entrevistada para esta pesquisa.

Afora a questão de gênero feminino-masculino – que não é nosso foco central nesta investigação – também aparece a questão da geração. Perguntamos aos vinileiros por que eles acham que além das pessoas que continuam comprando LPs, pessoas de gerações mais novas passaram a colecionar em uma época na qual a música pode ser adquirida de graça na internet:

Cara, acho que talvez esse lance nosso comum [influência] dos pais. Outro dia eu vi uma menina postou uma parada tipo que ela tem vários discos em casa, dos pais, e tava louca pra comprar uma vitrola sabe, a fim de começar a comprar de novo discos (TUTA)⁸⁶.

Porque realmente é uma coisa que tem mais qualidade, não só de som, mas como um estilo de vida assim, as pessoas procuram coisas pra gostar e fazer parte de alguma coisa, ainda mais da nossa idade, e aí é um novo jeito de conhecer gente (MYLENA)⁸⁷.

Eu acho que passa pelo fetiche que a gente tem associado à arte. O LP é um objeto. E acho que o modo como a gente consome esse objeto também

⁸² Entrevista com Aldo Jimenez concedida à autora em 31/07/2012.

⁸³ Entrevista com Bruno Alonso, da Tropicália Discos, concedida à autora em 27/06/2012.

⁸⁴ Entrevista com Márcio da Rocha, da Tropicália Discos, concedida à autora em 27/06/2012.

⁸⁵ Entrevista com Heitor de Araújo, da Tracks, concedida à autora em 20/04/2012.

⁸⁶ Entrevista com Tuta Discotecário concedida à autora em 1º/08/2012.

⁸⁷ Entrevista com Mylena Shapovalov concedida à autora em 22/07/2012.

nos leva a uma dimensão diferente do som. Ele pede atenção pra música, não só pro disco rodando. Então acho que há uma sensibilidade humana ainda felizmente com um espaço onde a música é central. Eu acho que isso não é uma coisa restrita à minha geração, a gerações anteriores à minha, mas é comum a todas as gerações. Inclusive as mais novas. Eu acho que esse movimento explica o aumento da compra de vinil nos EUA, porque se fosse só o velho público consumindo, eu não acho que isso aumentaria a venda. Teria um crescimento vegetativo no máximo (ARTHUR)⁸⁸.

Fetichismo, fetichismo da mercadoria né, que a galera vê a capa, fica seduzida e compra. É um produto muito forte cara. Tem gente que compra vinil e não tem nenhuma ligação muito grande com a música né, pode tá até buscando demonstrar isso, que é um valor agregado que o vinil dá. Mas não tem, tá vendo porque é uma embalagem maneira, se aquele disco significa alguma coisa pra ela, ela vai se sentir mais feliz por ter aquilo em vinil, são coisas que o vinil entrega. Ela sabe que se uma agulha passar ali vai reproduzir o som e isso é do caralho, porque é uma coisa que você tá vendo, é um processo antigo só que inédito pra uma pá de gente. A primeira vez que eu vi um vinil eu não acreditava naquilo, como é que o som tava acontecendo daquela forma, como é que aquilo tava gravado ali. Tem também o fascínio pelo antigo né, cultura hipster-vintage 'tenho minha coleção de vinis. Tenho meu gramofone'. É uma mescla de hábito de consumo com devoção pelos ídolos. O vinil é uma mídia perfeita pra isso. Pode ser um pouco caro só que o apelo é irresistível (TÚLIO)⁸⁹.

Acho que é muito porque tem gente que quer parar pra ouvir música, tem gente que quer reunir os amigos pra ouvir música, tem gente que se preocupa com a qualidade do som, que é audiófilo mesmo e se preocupa com os mínimos detalhes. E porque não tem mais como comprar CD, a gente não tem mais visto em lojas de disco. É mais fácil você encontrar vinil pela internet e em sebo, do que CD. Outro dia um amigo meu falou "ah esse negócio de tu comprar vinil, veio, isso é moda", eu falei "cara, moda é o CD, o vinil tá aí desde os anos 40, o CD apareceu no fim dos anos 80 e morreu antes do meio dos 2000. CD é coisa de velho, vinil que é o futuro (KAUÊ)⁹⁰.

Porque é fascinante, o vinil é romantismo, o lance do CD, po, não vou nem falar do CD porque CD é artigo morto, o lance do mp3 é uma coisa completamente, você não tem uma relação pessoal, você não sabe nem o nome do artista daquela música, compositor...bom, muitas vezes o cara não sabe nem o nome do artista. Agora o vinil é um romance, há quem diga que na época do CD que o CD era chupar bala com o papel, o vinil você tem que botar a mão nele (MÁRCIO – TROPICÁLIA DISCOS)⁹¹.

As pessoas querem ter uma outra relação com a música que gostam, e nesse sentido acho que o vinil é a melhor proposta. Querem ver com calma, querem apreciar. O vinil tem uma coisa ritualística: você vai lá, toca, ouve, você tem que ter um equipamento adequado...é uma outra relação. Agora,

⁸⁸ Entrevista com Arthur Dapieve concedida à autora em 02/08/2012.

⁸⁹ Entrevista com Túlio Brasil concedida à autora em 02/08/2012.

⁹⁰ Entrevista com Kauê Cardel concedida à autora em 23/07/2012.

⁹¹ Entrevista com Márcio da Rocha, da Tropicália Discos, concedida à autora em 27/06/2012.

tem gente que compra vinil simplesmente pela beleza dele (CHARLES GAVIN)⁹².

Para não nos prolongarmos demais nas citações, a partir dos depoimentos dos vinileiros, podemos inferir que não existe um motivo único para as pessoas terem começado a colecionar LP, a pagar por este fonograma apesar da possibilidade de adquirir a mesma música gratuitamente. Só que não é a mesma música. Como foi falado nos comentários acima, tem a questão da qualidade do som, da apreciação da música em um ritual de escuta, de uma forma de ouvi-la que abre outras portas de percepção do som. Existe ainda o lado da sociabilidade, de fazer parte de uma comunidade de gosto, de reunir os amigos para ouvir LP. O culto ao antigo, ao resgate de uma certa memória histórica ou afetiva. Além do mais, tem ainda o fato de que algumas pessoas “herdam”, recebem a influência no gosto pela música dos pais.

3.2.3 Colecionáveis: cânones e novidades



Figura 9 – Coleção de Túlio
Fonte: Arquivo pessoal cedido à autora.

⁹² Entrevista com Charles Gavin concedida à autora em 21/04/2012.

Neste ponto, faz-se necessário relembrar o conceito de capital cultural de Bourdieu, sobre os modos em que a ideia funciona: estado incorporado, objetivado e institucionalizado. No estudo de caso do universo dos vinileiros, o estado incorporado, que diz respeito ao processo de assimilação de cultura, refere-se à disposição dos aficionados pelo vinil em dedicarem seu tempo lendo sobre o assunto, apreciando as gravações em suas vitrolas, comentando com os amigos sobre o tema, frequentando os espaços onde o LP é cultuado. Cultivar o vinil. É sobre isso que Heitor⁹³ fala ao se referir à construção do acervo da Tracks:

Todo mundo que trabalha aqui e que frequenta a loja são pessoas que conhecem música, gostam de música. E a cultura vem da palavra cultivo, elas cultivam aquela coisa que tá sempre desenvolvendo, então o nosso acervo partiu de uma oferta nossa pra nossa clientela, mas sobretudo da nossa clientela nos ensinando, a gente aprende com eles e ensina pra outros que nos ensinam outra coisa.

O estado objetivado do capital cultural se relaciona aos objetos materiais e textos da mídia e é transmitido na sua materialidade. Aqui, temos o artefato LP em si. Quem coleciona discos está agregando valor, aumentando o seu capital cultural no estado objetivado. Aqueles discos simbolizam o conhecimento distinto de quem reconhece o valor da música e que não se contenta apenas com o tira-gosto de downloads em mp3 ou de *streaming* na internet:

Eu escuto muito, porque hoje em dia você encontra o álbum inteiro, então eu faço aquilo ali meio um couvert, um aperitivo. Pra saber se a música bate ou não bate, nem baixo. Escuto ali no streaming direto. Ao mesmo tempo, como a minha necessidade é muito específica, o CD, tal como o vinil fazia ainda melhor, ele me fornece informação acessória. E a música por si só pra mim pode não ser o bastante. Eu preciso da ficha técnica, eu preciso saber quem tocou, eu preciso da letra, que eu posso querer escrever sobre aquele negócio. Ou registrar pra estudo (ARTHUR)⁹⁴.

Já o estado institucionalizado, que para Bourdieu se traduz na forma de qualificações acadêmicas, pode ser transportado para a cultura do vinil, na qual essa forma de capital cultural concerne à função dos vinileiros dentro do universo do LP. Isto é, ser técnico de som, DJ, crítico musical, trabalhar diretamente com o disco em

⁹³ Entrevista com Heitor de Araújo, da Tracks, concedida à autora em 20/04/2012.

⁹⁴ Entrevista com Arthur Dapieve concedida à autora em 02/08/2012.

loja, em fábrica, ou em pesquisas sobre o vinil denota uma competência que legitima esses indivíduos no campo. E não se trata de quantidade. Não basta ter uma coleção pessoal sem critérios ou uma loja entulhada de discos, empilhados sem qualquer sentido. É preciso ter discernimento para selecionar adequadamente a disposição dos discos. Um exemplo é o que aconteceu na Tracks, de acordo com Heitor⁹⁵: “Uma vez, uma senhora entrou aqui na loja e perguntou ‘escuta, quem é o curador da loja?’, eu falei ‘pô, legal, não tem curador, todo mundo que trabalha aqui vai dando suas opiniões’ e ela ‘ah se vê que faz muito sentido tudo que tá aqui’”.

Ainda na base teórica de Bourdieu, identificamos algo que o autor denominou de capital familiar herdado, que seria a influência que a família exerce na construção do gosto. Para alguns é nítida a relação entre o motivo pelo qual começaram a colecionar discos e a influência familiar:

Eu sou de uma família que gostava muito de música, não porque praticava, mas porque gostava. Meu pai gostava daquelas big bands americanas, Glenn Miller, aqueles cantores Nat King Cole; minha mãe adorava Frank Sinatra, e o meu pai sempre gostou muito de som, ele tinha aparelhos de som sofisticados, modernos, de última geração e eu sempre ficava fascinada olhando os discos, as capas, e isso desde, sei lá, 3, 4 anos, eu gostava muito, me interessava por aquilo né. Com meus 12, 13 anos eu ganhei meu primeiro compacto dos Beatles, aquele que tinha I wanna hold your hand e She loves you do outro lado. Minha avó me deu. E a partir daí eu comecei a comprar (GILDA)⁹⁶.

Quando estourou os Beatles, em 65, eu já começava a comprar os compactos, não com intenção de colecionar, mas de ter para ouvir pura e simplesmente. E eu já tinha uma certa iniciação porque meu pai tinha muitos discos de 78 rotações, essas coisas todas (ALDO)⁹⁷.

A minha avó sempre ouvia, eu ia lá visitar ela e a gente ficava ouvindo música, tomando cerveja e sempre no vinil. Era um problema, porque eu não tinha vitrola em casa mas eu não conseguia ver um disco na rua bom, pra vender que eu gostasse e não comprar. Mas eu nunca ia atrás. Quando eu conheci ele [Tuta] aí eu peguei a doença. Aí eu fiquei louca, é um vício né? (RAFAELA)⁹⁸

⁹⁵ Entrevista com Heitor de Araújo, da Tracks, concedida à autora em 20/04/2012.

⁹⁶ Entrevista com Gilda Lassance concedida à autora em 22/07/2012.

⁹⁷ Entrevista com Aldo Jimenez concedida à autora em 31/07/2012.

⁹⁸ Entrevista com Rafaela Prestes concedida à autora em 1º/08/2012.

O meu é bem próximo da Rafa assim, vem de família, almoço de domingo ouvindo samba, e eu comecei até em cima desse acervo do meu pai, po eu tenho muito samba, choro, música que é dele, do meu pai. E o Vinil é Arte nasceu em cima disso, po, eu e outro cara, o Niggas, foi pra São Paulo também, o pai dele foi dono de equipe de som nos anos 80 assim, vários e vários discos, e foi de onde nasceu a necessidade de po, vamos tocar esses discos que a gente tem em casa parado. O Vinil fez 10 anos ano passado e esse ano faz 11 (TUTA)⁹⁹.

Bordieu discorre sobre a inserção precoce que se dá no mundo de origem em determinadas práticas como, por exemplo, o contato desde a infância com vitrola em casa, com um pai que toca um instrumento musical, etc:

O meu pai tocava bandolim, mas não era chegado em mídia nem vinil, ele chegou a ter uma vitrola mas depois se desfez de tudo. Era eu e meu irmão, ele mais pra música americana, e eu mais pra música nacional (JOAQUIM)¹⁰⁰.

O meu pai sempre gostou muito de rock'n'roll e a minha mãe sempre gostou muito de MPB. Então sempre tive essa influência de Beatles, de Caetano Veloso, de Gilberto Gil tocando em casa, tudo mais, então eu fui me predispondo a gostar de música. Assim, principalmente criança, que tu ouve o que os pais ouvem, então fica aquela coisa, aquela memória afetiva. Quando chegou os 14 anos, eu comecei a ter aqueles grupinhos de rua, fui morar num condomínio, e a gente começou a se interessar muito por música, começou a ouvir muita música, começou a conhecer muita coisa diferente (KAUÊ)¹⁰¹.

O meu pai sempre tocou violão, toca contrabaixo, tem um mini estúdio lá em casa, mas acho que não foi tanto disso, até porque acho que foi até tardio o meu interesse por música. Até os 12 anos eu não tinha nada. Ouvia metal porque era diferente. Era um babaca. Aí eu comecei a criar um fetiche pelo objeto do vinil por causa da cultura que tem ali em torno né, comecei a ver que era uma coisa muito inteligente que se rodeava no universo da música. Foi a época que eu comecei a ler as publicações, comecei a ver que tinha gente pensando sobre aquilo, que era uma coisa tão banal do dia a dia como ligar o rádio e que não era só isso (TÚLIO)¹⁰².

A influência sobre o apreço pelo vinil, ou pela música de um modo geral, não vem apenas da iniciação familiar ou dos amigos, mas também pode ser construída a partir de recomendações de artistas ou de publicações e programas na mídia sobre

⁹⁹ Entrevista com Tuta Discotecário concedida à autora em 1º/08/2012.

¹⁰⁰ Entrevista com Joaquim Cutrim concedida à autora em 31/07/2012.

¹⁰¹ Entrevista com Kauê Cardel concedida à autora em 23/07/2012.

¹⁰² Entrevista com Túlio Brasil concedida à autora em 02/08/2012.

música. “O programa do Maurício Valadares, o Ronca-Ronca¹⁰³, eu comecei a ouvir na Rádio Cidade, com 14 anos, e isso foi me moldando bastante no jeito que eu penso sobre música, a ideia de se reunir praquilo, de ter um interesse maior em torno da música¹⁰⁴.”

A velha máxima de que gosto não se discute não procede no universo dos vinileiros. Julgamentos de qual música é boa e qual é ruim são constantemente realizados. Reconhecer qual música, artista, álbum ou selo são dignos de serem colecionados parte de um gosto pessoal e também de variáveis como oferta e demanda; custo e condição; aura e autenticidade; raridade e valor (SHUKER, 2010). Partimos da hipótese de que alguns artistas são mais colecionáveis do que outros. Todavia, para não tendenciar a pesquisa para determinados gêneros, deixamos as perguntas em aberto para que os entrevistados respondessem quais artistas e gêneros colecionam e o que eles acham que não vale a pena ter em vinil.

Quanto aos artistas¹⁰⁵, foram citados: Pink Floyd, Skank, Caetano Veloso, Beatles, Rolling Stones, Elvis Presley, Titãs, Gilberto Gil, Cássia Eller, Ana Carolina, Marcelo Jeneci, Ivan Lins, Milton Nascimento, Chico Buarque, Quinteto Violado, David Bowie, Lou Reed, Sigur Rós, Black Keys, Led Zeppelin, Rush, Strokes, Franz Ferdinand, Queens of the Stone age, White Stripes, Dead Kennedys, The Stooges, Ramones, The Police, The Doors, Neil Young, Kassabian, Bob Dylan, Criolo, Os Azuis, Los Hermanos, Libertines, The Clash, Smiths, Joy Division, Roberto Carlos, Bixiga 70, Hugh Massakela, Tim Buckley, Jorge Ben, João Nogueira, Cartola, The Who, Leonard Cohen, LCD Soundsystem, Nelson Cavaquinho, Do Amor, Tulipa Ruiz, Nação Zumbi, Carmen Miranda, Velvet Underground & Nico, Roberta Flack, Universal Robot Band, Maria Bethânia, Simone, Rita Lee, Fagner, Mercedes Sosa, Gal Costa, Caroline King, Geraldo Vandré, Françoise Hardy.

Já quanto aos gêneros¹⁰⁶, foram mencionados: rock clássico, trilha sonora, música clássica, pop/rock nacional, pop/rock internacional, jazz, blues, rock, MPB,

¹⁰³ <http://www.roncaronca.com.br/site/> Acessado em 19/01/2013.

¹⁰⁴ Entrevista com Túlio Brasil concedida à autora em 02/08/2012.

¹⁰⁵ Os artistas mencionados foram retirados das questões que perguntavam quais artistas os vinileiros têm em disco, em discografia completa ou que gostariam de ter.

¹⁰⁶ Descrevemos aqui a nomenclatura exatamente como foi citada pelos entrevistados.

new wave, pos punk, punk rock, hard rock, indie rock, heavy metal, groove, samba, folk, música romântica.

Embora nosso foco não seja a abordagem quantitativa, é nítido como artistas pertencentes a determinados gêneros são mais recorrentes: rock – e seus subgêneros – e MPB. Esses são os dois estilos musicais que mais aparecem. Isso nos faz pensar que certos gêneros carregam o discurso da arte autêntica, enquanto outros não merecem ser colecionados por serem identificados com a lógica comercial e moldados pela indústria fonográfica.

Entre os exemplos do que não vale a pena ter em vinil estão: anos 80 por causa das prensagens mais flexíveis (Tuta¹⁰⁷ e Kauê¹⁰⁸), e músicas brasileiras modernas que se pode ouvir no rádio (Mylena¹⁰⁹). João comenta que depende do gosto pessoal, mas complementa “acho que é uma coisa um pouco mais elitista, então talvez gêneros menos elitistas sejam menos procurados por colecionadores”. Apesar de certos artistas serem mais recorrentes, como Beatles e Caetano Veloso, por exemplo, artistas inimagináveis de serem colecionados também aparecem. É o caso de Zezé de Camargo e Luciano, cujo disco Joaquim comenta que possui. A propósito, ele diz: “Eu acho que a música não vem com bula. Eu detesto esse clichê ‘música boa x música ruim’. Eu acho que música é aquilo que te toca. Ponto final”.

Muitas vezes, o interesse em completar a discografia de um artista não se refere a toda a sua obra, mas a discos específicos, ou a uma determinada década.

Outro aspecto, que certamente não podemos generalizar, mas que se faz necessário mencionar, é o fato curioso de como os ouvintes mais jovens parecem valorizar artistas consagrados como Rolling Stones, enquanto os ouvintes que viveram a sua infância/adolescência na época em que os cânones surgiram, são mais suscetíveis e abertos a novidades. Maurício Gouveia comenta sobre um colecionador que lhe vendeu os discos e que tinha, além de jovem guarda e rock clássico, discos dos anos 90. Já o filho do colecionador “super xiita”¹¹⁰ se preocupou

¹⁰⁷ Entrevista com Tuta Discotecário concedida à autora em 1º/08/2012.

¹⁰⁸ Entrevista com Kauê Cardel concedida à autora em 23/07/2012.

¹⁰⁹ Entrevista com Mylena Shapovalov concedida à autora em 22/07/2012.

¹¹⁰ Expressão utilizada por Maurício Gouveia.

apenas em ficar com os LPs de Beatles, Led Zeppelin e Velvet Underground – bandas mais antigas.

Gosto individual, influência da família, dos amigos, das publicações especializadas, recomendações de artistas. Todos esses fatores, em maior ou menor grau, parecem ajudar na construção de um gosto. Mas se esse gosto se refere ao analógico, significa que o ouvinte tem que escolher entre analógico e digital? Nem sempre.

3.2.4 A coexistência dos formatos



Figura 10 – Coleção de Joaquim
Fonte: Arquivo pessoal cedido à autora.

Quando Chris Anderson, em sua Teoria da Cauda Longa, afirma que não vivemos uma cultura do “ou”, mas uma cultura do “e”, esse mesmo raciocínio explica a relação entre os formatos analógicos e digitais. Antes, o vinil era soberano. Depois foi a vez do CD. Ambos foram à derrocada como formatos dominantes, não obstante não desapareceram até hoje e possivelmente não vão desaparecer. O vinil foi reorientado para um mercado de nicho, e o CD se encaminha nessa direção também (DE MARCHI, 2005; HERSCHMANN, 2010; SÁ, 2009b).

Questionados se também escutam CD e mp3, praticamente todos os entrevistados responderam que sim, com exceção de Joaquim¹¹¹, que ouve CD, mas mp3 não, porque o considera “o lixo do lixo”. Quem escuta mp3 aponta a sua praticidade em poder escutar música indo para o trabalho, ou para conhecer novos artistas. A portabilidade de poder ouvir música em qualquer lugar motiva Aldo¹¹² a fazer seleções e armazená-las em um pendrive.

A questão do espaço também é determinante. Foi por causa da falta dele que Arthur¹¹³ substituiu alguns LPs por CDs. Para ele, alguns gêneros funcionam bem ou até melhor em CD, como trilha sonora e música clássica. Ao considerar o espaço físico e o que vale a pena manter em vinil ou se desfazer, os vinileiros também estão colocando em prática o seu conhecimento sobre o que é colecionável.

Existe uma espécie de ativismo analógico, em que alguns vinileiros buscam divulgar a cultura do vinil. Mesmo que o LP não seja mais direcionado para as massas e se concentre em nichos específicos, isso não quer dizer que a ideia elitista de pertencer a um clube fechado ao qual poucos têm acesso seja seguida por eles. Bruno e Márcio, da Tropicália Discos, criaram um canal no Youtube¹¹⁴ onde compartilham trabalhos de artistas desconhecidos, que lançaram um compacto e ficaram esquecidos. Eles aproveitam a internet para mostrar a música do disco físico para o cliente que está longe, se interessa e acaba comprando. Como a gravação já foi feita, eles a disponibilizam na rede para que outras pessoas também possam ter acesso. No canal do Youtube, que até o momento conta com 480 vídeos, um dos mais acessados é o de uma banda de rock evangélico.

O trabalho desenvolvido pelo coletivo Vinil é Arte, do qual Tuta participa, também é de divulgar a cultura do LP discotecando o material que os integrantes reuniram em suas pesquisas. Em 2011, junto com o selo Brasilis Grooves¹¹⁵, eles relançaram um disco raro de 1973 do artista pernambucano Di Melo. O objetivo deles é comprar os direitos e relançar álbuns raros. “Eu sou muito de quebrar esse

¹¹¹ Entrevista com Joaquim Cutrim concedida à autora em 31/07/2012.

¹¹² Entrevista com Aldo Jimenez concedida à autora em 31/07/2012.

¹¹³ Entrevista com Arthur Dapieve concedida à autora em 02/08/2012.

¹¹⁴ <http://www.youtube.com/user/tropicaliadiscos> Acessado em 19/01/2013.

¹¹⁵ <http://brasilisgrooves.com/> Acessado em 19/01/2013.

conceito sabe, às vezes é aquele cara que vai comprar o disco, vai tirar o plástico, colocar dentro da estante e vai ficar ali”¹¹⁶.

Na televisão, um programa do Canal Brasil chamado O Som do Vinil¹¹⁷ exerce o papel de divulgar a cultura do LP. Conduzido por Charles Gavin, a ideia, segundo o próprio músico, foi inspirada no programa norte-americano Classic Albums, que trata de discos clássicos e as histórias que circulam aquelas gravações. Na adaptação brasileira, o foco é saber “porque o cara fez aquele disco, aquele conjunto de canções, o que levou o cara a fazer aquilo, fatos importantes da vida do artista”¹¹⁸. Mais do que abordar o aspecto técnico da gravação, o Som do Vinil recupera o contexto histórico em torno do disco:

Um dos documentários que a gente fez, que vai estreiar daqui a pouco em maio, é sobre um disco chamado Banquete dos Mendigos, que foi gravado em 1973 pelo Jards Macalé, e é um manifesto contra a ditadura. O programa na verdade ele gira em torno, o disco é ok, mas o tema central é o que aconteceu naquele dia. Eles fizeram esse show ao vivo no MAM, e o MAM foi cercado, o exército cercou e se estabeleceu uma situação muito difícil de resolver. O que tava acontecendo com o Brasil naquele dia, porque as pessoas se manifestaram daquele jeito (CHARLES GAVIN)¹¹⁹.

E o ativismo analógico, às vezes, vem acompanhado das ferramentas digitais. Além do canal do Youtube da Tropicália Discos, outro exemplo interessante é o do portal Prefiro Vinil¹²⁰, de Maurício Gouveia e Paulo Terra, que reúne um acervo de discos de 45 rotações, compactos, LP, e que se propõe a ser uma Estante Virtual do vinil. Os discos podem ser pesquisados por gêneros, formato, décadas e faixa de preço.

Outro exemplo é o do selo Vinyl Land Records, de Luiz Valente, que lança artistas da música brasileira contemporânea em vinil. No site, estão disponíveis as faixas dos álbuns lançados para ouvir. O selo foi criado para suprir a carência de álbuns em LP da “geração de 95” para cá, a partir da qual foram escasseando as

¹¹⁶ Entrevista com Tuta Discotecário concedida à autora em 1º/08/2012.

¹¹⁷ <http://canalbrasil.globo.com/programas/o-som-do-vinil/> Acessado em 23/01/2013.

¹¹⁸ Entrevista com Charles Gavin concedida à autora em 21/04/2012.

¹¹⁹ Idem.

¹²⁰ <http://www.prefirovinil.com.br> Acessado em 19/01/2013.

produções em vinil. Inspirado nos selos de relançamento de discos raros na Europa, Luiz resolveu trabalhar com a geração que não estava sendo lançada em vinil, como Tulipa Ruiz, Nina Becker, Dead Lovers.

Os exemplos citados são apenas algumas das iniciativas realizadas por quem, de certa forma, luta pela permanência e resistência do vinil em meio a toda a oferta de bytes na internet. Mas, a pergunta que fazemos é: o que leva essas pessoas a continuarem cultivando música analógica na era do mp3? É o que veremos a seguir.

3.2.5 A preferência pelo vinil



Figura 11 – Coleção de Mylena
Fonte: Arquivo pessoal cedido à autora.

Um grupo de jovens entre 16 e 17 anos vai até a loja de discos toda sexta-feira. Lá eles compram entre dois e três LPs. No domingo, os amigos se reúnem

para passar a tarde curtindo o som. Essa história poderia ter acontecido nos anos 70 ou 80. Só que ela é atual. Em pleno ano de 2012, as pessoas ainda se juntam para ouvir discos. Um público novo, que descobre os LPs dos pais, que se informa pela internet, que desenvolve o hábito de colecionar. Mas afinal, por que colecionar discos?

Essa questão também foi lançada nos questionários da internet e na entrevista feita na 5ª edição da feira. Entre os motivos, destacamos as seguintes palavras-chave citadas: cultivo desde cedo, coleção dos pais; retrô, vintage, estilo, charme; qualidade do som, alta fidelidade; ritual de ouvir, artesanal, dedicar-se; arte das capas, visual, decorativo, som fraco do mp3 já cansou, contraste com a era muito digital, prensagem original, cápsula do tempo; valor histórico (passou de mão em mão); raridades lançadas só em vinil; o conjunto; para ouvir com a família, com a namorada; nostalgia, memória afetiva; tempo passa, LP permanece; e disco tem início, meio e fim.

Heitor¹²¹, da Tracks, fala sobre a linguagem visual dos discos, enquanto me mostra os LPs de jazz na loja. Só pelo estilo da capa já dá para identificar que aquele é um disco de jazz. Ele comenta sobre o elemento gregário do disco, isto é, as pessoas se reuniam para ouvir o último disco do Pink Floyd que alguém havia conseguido. Quando o CD surgiu, mostrou vantagem em cima da fita cassete. Mas não em cima do LP “Ele nunca conseguiu superar a qualidade de um bom LP, o fetiche, o desejo de você ter um álbum na mão diminuiu tremendamente, e você repara que não vê ninguém sentado na frente de um CD player tocando o CD”.

Na época em que a oferta de CD foi aumentando, também cresceram os estilos de música de fundo, de elevador, as quais já não demandavam uma escuta atenta. Foi a era do lounge, do trip hop, do eletrônico. Como Heitor lembra muito bem, com a queda dos preços dos CD players, um novo público passou a consumir os fonogramas, e a indústria tratou de produzir estilos e artistas para atenderem esses novos consumidores: foi a era do axé music, do sertanejo, do pagode.

A velha dicotomia mercado x criatividade, cultura x economia, reaparece no discurso de que o CD é um produto industrial enquanto o vinil é mais artesanal. Embora ambos sejam produtos da indústria fonográfica, o processo de fabricação é diferente:

¹²¹ Entrevista com Heitor de Araújo, da Tracks, concedida à autora em 20/04/2012.

Ele é mais quente né, ele é mais, não vou dizer artesanal, mas o corte do LP ele é feito à mão mesmo, ele é mais quente. Vou voltar à questão do vinho, todo mundo pisou nas uvas, mas tem um que tem uma máquina ali que faz, e tem outro que pisaram pés humanos. E faz uma diferença, o próprio processo é diferente (HEITOR - TRACKS)¹²².

A aceção de que o vinil é mais “quente” tem a ver com a ideia de obra acabada do álbum, ou seja, ali está o trabalho “definitivo” do artista, da forma como foi estruturado e concebido para ser reproduzido. Heitor cita o exemplo do Kind of Blues, de Miles Davis, e de como cada faixa tem sentido de estar no lugar em que está:

Por que abre com a primeira música no lado A? A primeira normalmente é o cartão de visitas do trabalho, a segunda era aquela que realmente representa o que o artista quer. A última música do lado A era aquela que fazia com que vc tivesse vontade de se levantar pra virar o disco. E aí a mais experimental colocava no meio do lado B, e a última música do lado B é aquela que você dizia “eu quero ouvir mais desse cara, esse cara é ótimo” (HEITOR – TRACKS)¹²³.

A associação entre o artefato LP com uma obra de arte finalizada é recorrente na fala dos entrevistados. Seja pela questão da sequência elaborada das músicas, seja pela riqueza de material como letras das músicas e informações a respeito do disco, seja pelo tamanho e arte gráfica da capa.

Existe a questão de que, no vinil, a música é o mais próximo de um show ao vivo e ali estaria o que o artista quis mostrar. “O que ele quis apresentar, na verdade, está no vinil. Em termos visuais, auditivos, de informação. [...] você vivencia um pouco, parece que te aproxima muito mais do artista”¹²⁴. Kauê¹²⁵ menciona o exemplo de um disco dos Rolling Stones em que vinha impresso na capa “Os Rolling Stones como eles devem ser escutados”.

O registro do vinil é entendido como um produto mais forte do que a música armazenada no CD ou em mp3. João¹²⁶ comenta que o CD arranha, que pode

¹²² Idem.

¹²³ Idem.

¹²⁴ Entrevista com Gilda Lassance concedida à autora em 22/07/2012.

¹²⁵ Entrevista com Kauê Cardel concedida à autora em 23/07/2012.

¹²⁶ Entrevista com João Maizena concedida à autora em 30/07/2012.

perder o mp3 no computador. Túlio¹²⁷ observa que o som também está no mp3, mas que é muito mais presente no vinil “A mídia é muito mais forte do que uma coisa efêmera”.

A geração do déficit de atenção. É assim que Kauê¹²⁸ descreve sua geração, que baixa muita música, mas que faz uma audição pulverizada em meio a outras atividades e não dedica uma escuta atenta ao som. Ele conta que gosta de prestar atenção na música, de ler o encarte, ver os nomes de quem produziu, de ouvir o arranjo. Num sentido similar, Túlio¹²⁹ diz “pra mim é a mídia ideal, eu tenho o trabalho do artista internalizado no álbum, e eu posso externalizar o meu no cuidado do vinil que eu tenho, da forma que eu vou ouvir ele”.

Por fim, a grande questão que lançamos é: qual é a melhor coisa no vinil?

A pergunta também foi feita nos questionários na internet e na entrevista na feira de vinil. As respostas se referiram às seguintes características: estilo, vintage, charme; ritual; mais próximo do ao vivo; arte da capa; tamanho; ouvir músicas na sequência; mídia tátil, contato material; história por traz de cada disco, o conjunto; pirataria é impossível; interação sensorial, mantém a cultura viva, o selo; os graves; remete ao artista, transporta no tempo; raridade; as conversas, pesquisar, encontrar; o som, prazer de ouvir; escutar vinil é tão arte quanto a música que se escuta.

Vários entrevistados responderam que é o conjunto, um pouquinho de tudo. A partir das explicações de quais são as qualidades do vinil, podemos inferir as seguintes características que o faz ser tão bom para os vinileiros: a arte gráfica, a sonoridade, o ritual, a materialidade e a memória afetiva/ histórica.

A questão da materialidade tem a ver com a durabilidade e com o objeto em si. Por se tratar de algo físico, a interação entre o ouvinte e o vinil é diferente da que acontece com o CD ou com o mp3. O tamanho da capa é maior. O disco em si enche uma mão. É justamente pelo tamanho maior, que o vinil permite que a sua arte seja contemplada e visualizada melhor do que a arte de um CD. “Você vê as coisas muito melhor. Os artistas que fizeram aquilo te passam além do som, alguma

¹²⁷ Entrevista com Túlio Brasil concedida à autora em 02/08/2012.

¹²⁸ Entrevista com Kauê Cardel concedida à autora em 23/07/2012.

¹²⁹ Entrevista com Túlio Brasil concedida à autora em 02/08/2012.

coisa. Eles tiraram uma foto na capa do disco e aquilo tem algum motivo que tem a ver com aquele artista”¹³⁰.

O ritual do vinil é lembrado por Tuta¹³¹, que cita o contato físico de colocar a mão no disco, de poder tocar o lado A, virar, e tocar o lado B. “Você tem que ouvir até o final, não tá numa telinha de computador pra você selecionar, cê tem que colocar a agulha...o ritual seduz”¹³². Quanto ao ritual, Heitor¹³³ explica “você pega o disco, tira da capa, bota no toca-discos, pega a agulha e fica com aquilo ali na mão, que é a capa. Você senta, lê o que tá escrito ali, vira a capa, olha a arte, e dali a 20 minutos você levanta, troca o lado, e continua a tua audição”. Os modos de escuta também são um reflexo de quem coleciona: “O cuidado que o vinil exige, a forma como ele é reproduzido também fala muito sobre o dono dele né. Quando eu pego um disco da minha coleção e olho como é que a capa tá, pego o disco e coloco, é um pouco de mim também”¹³⁴.

Quanto ao som do vinil¹³⁵ em si, Aldo cita a qualidade sonora, mas quando o LP é feito com boa qualidade. Túlio afirma que o vinil é bom pelo som que tem e pela forma como registra o áudio. Joaquim¹³⁶ explica pelo lado mais técnico “a sonoridade é bem superior, com sons ultrapassando os 48 kHz e indo até mais de 100 kHz (O DVD-A e outras mídias de Codec nunca ultrapassam 48 kHz, onde há o corte das frequências); o CD não ultrapassa 20.05 kHz, há um corte também”.

“O colecionador é um afetivo”¹³⁷. Ouvir um disco pode remeter a lembranças do passado. Quando memórias são evocadas com uma determinada música, isso tem a ver com o lado biográfico, de que os discos têm algo a dizer sobre seus donos. Se a coleção é uma extensão do *self*, ela se desdobra no espaço que ocupa

¹³⁰ Entrevista com Mylena Shapovalov concedida à autora em 22/07/2012.

¹³¹ Entrevista com Tuta Discotecário concedida à autora em 1º/08/2012.

¹³² Entrevista com Túlio Brasil concedida à autora em 02/08/2012.

¹³³ Entrevista com Heitor de Araújo, da Tracks, concedida à autora em 20/04/2012.

¹³⁴ Entrevista com Túlio Brasil concedida à autora em 02/08/2012.

¹³⁵ A questão sobre a diferença entre o som do vinil, do mp3 e do CD será abordada na última seção deste capítulo.

¹³⁶ Entrevista com Joaquim Cutrim concedida à autora em 31/07/2012.

¹³⁷ Entrevista com Aldo Jimenez concedida à autora em 31/07/2012.

e no tempo passado que recupera. “Ver o bicho rodando lá me remete a tempos em que a única maneira de escutar música era ver o bicho rodando. Porque é uma coisa de reatar com um momento em que a música podia ser mais central na minha vida”¹³⁸

Cara, você vê isso é muito uma coisa de geração né, o filme do Woody Allen [Meia-noite em Paris] mostra muito bem isso. As pessoas tão procurando aquilo que elas não viveram. É nostalgia, por que por exemplo, a lomografia virou uma febre? Pelos mesmos motivos, as pessoas querem ter aquela experiência, querem viver aquilo que elas não viveram. Sem contar que, pô, muita gente ta percebendo o valor que aquilo tem (JOÃO)¹³⁹.

Te propicia um contato muito mais íntimo, mais próximo com o artista, e te dá uma certa magia né, eu não sei também se era da idade que eu tava vivendo, descobrindo talvez a música, e aquilo tinha um sentido mágico pra mim, e eu não vejo como você pode ter isso com o CD. Pode ser que eu esteja sendo saudosista nisso, mas eu não vejo como. Pra mim, desde que eu era criancinha e que eu via os vinis do meu pai, pegava e virava e revirava, pra mim aquilo era muito mais mágico (GILDA)¹⁴⁰.

Por outro lado, Túlio comenta que adora a contemporaneidade, mas que o resgate que realiza com o vinil é uma forma de conhecimento. Na cultura do vinil, por frequentar os lugares em que o LP está, ele acaba tendo acesso a discos que não seriam tão facilmente encontrados na internet.

Além da memória afetiva, uma outra memória é evocada: a histórica. Isso significa que ouvir um disco em vinil é a forma mais próxima de se aproximar do que o artista quis passar com sua obra. “Eu sinto uma proximidade muito maior com o vinil, daquilo que a banda quis fazer, não é uma coisa enlatada, emplastificada, não é um sabonetezinho da indústria”¹⁴¹. É a noção de que é no formato analógico que a música foi feita para ser escutada. É que é nesse formato que ela vai ser melhor reproduzida. “Quando o disco foi gravado pra ser veiculado em vinil, eu acho que de

¹³⁸ Entrevista com Arthur Dapieve concedida à autora em 02/08/2012.

¹³⁹ Entrevista com João Maizena concedida à autora em 30/07/2012.

¹⁴⁰ Entrevista com Gilda Lassance concedida à autora em 22/07/2012.

¹⁴¹ Entrevista com Túlio Brasil concedida à autora em 02/08/2012.

alguma forma ele vai sempre soar melhor em vinil, porque ele levou em consideração a ordem das músicas, em que lado ficava o quê”¹⁴².

O último dos motivos que explica o que é melhor no vinil é a arte gráfica. “Alguns LPs eu compro por causa da capa, porque são obras de arte”¹⁴³. Aliás, Aldo está colecionando *picture discs*, dos quais não se interessa pela música em si, mas pela figura de cada disco. Como já falamos anteriormente, é a ideia de obra de arte, de que aquela capa é tão bem feita que poderia ser pendurada numa parede como um quadro. “Tem certas capas que só têm graça em vinil: Ummagumma do Pink Floyd é um disco que eu só quero ter pela capa”¹⁴⁴.

Depois de conhecermos como os vinileiros adquirem suas coleções, quais gêneros são mais colecionados, como é o ritual de busca e de escuta, de questionar a razão pela qual eles colecionam e o que eles consideram a melhor coisa no vinil, vamos agora falar sobre o som propriamente. Existe diferença entre o som do LP, do CD e do mp3? E depois de tudo que foi dito, perguntamos: existe um retorno do vinil, ou ele nunca morreu?

3.3 O SOM E A VOLTA DO VINIL

O discurso da fidelidade sonora é recorrente quando se trata de enumerar porque colecionar LPs ou qual a melhor coisa no vinil. O termo hi-fi é uma espécie de selo de qualidade dos discos. É nesse aspecto que os ouvintes depositam sua confiança ao acreditarem que aquela forma de reprodução é a mais fiel ao que o artista quis mostrar. Mas o som é diferente? Qual é a percepção que os vinileiros têm disso?

Das 38 respostas entre questionário da internet e entrevistas na feira, 24 afirmam que sentem diferença e que o som do vinil é melhor; cinco falaram que depende do equipamento; três disseram que sim, mas porque o vinil remete a outro tempo; e seis falaram que sim por causa do fetiche do estalo. Quanto às palavras utilizadas para descrever o que é diferente no som, eles citaram: meio arranhado, ruído, fetiche do estalo; rústico; mais profundo, mais próximo, envolvente,

¹⁴² Entrevista com Arthur Dapieve concedida à autora em 02/08/2012.

¹⁴³ Entrevista com Aldo Jimenez concedida à autora em 31/07/2012.

¹⁴⁴ Entrevista com João Maizena concedida à autora em 30/07/2012.

encorpado; música mais robusta; tradicional; nostálgico; traz vida, memória; cru, mais verdadeiro; mais fiel, fidedigno ao original; som mais completo, mais quente; como se fosse ao vivo, mais forte; fetiche do LP rodar; e uma pessoa falou: “É psicológico”.

O mp3 é descrito como mais puro, sendo o formato que padroniza a forma auditiva e perde em outros componentes que o vinil oferece, como os baixos e agudos, os próprios estalos e chiados característicos do LP que, para algumas pessoas, é considerado o elemento preferido no vinil.

Quanto a conseguir identificar a diferença, João Augusto¹⁴⁵, um dos donos da Polysom, afirma: “se tiver condições idênticas pra reproduzir um CD e um vinil, consegue sim. Por causa da profundidade né, o CD transforma em binário o som, o LP não transforma nada em binário, ele é um processo mecânico hidráulico e o som não vira digital”. Existe uma ideia de que a diferença é perceptível, mas para quem tem os ouvidos treinados. Rafaela¹⁴⁶ conta que discotecou em uma festa junto com outro DJ que tocava em CD enquanto ela usava o LP, e que até mesmo o público leigo comentava que a diferença era grande. Joaquim¹⁴⁷, que já foi fabricante de caixas acústicas, também fala que percebe a diferença, e porque tem uma “aparelhagem de excelência” em casa, que lhe permite a sensação de estar no meio do show do artista que está ouvindo.

Neste caso, entra em jogo também o tipo de aparelho de reprodução. Como dito por alguns dos entrevistados, não adianta ter o mp3 em alta resolução se a música vai ser escutada em caixinhas de computador. Luiz¹⁴⁸, da Vinyl Land, diz que “depende da agulha que você tem, depende do som que você tem. Não adianta nada você ter um vinilzão 180 gramas remasterizado se o seu som é um lixo”. João¹⁴⁹ conta sobre quando começou a discotecar com LPs e que, por causa do amplificador e vitrola caseiros e das caixas de som medianas do bar, as pessoas

¹⁴⁵ Entrevista com João Augusto, da Polysom, concedida à autora em 21/04/2012.

¹⁴⁶ Entrevista com Rafaela Prestes concedida à autora em 1º/08/2012.

¹⁴⁷ Entrevista com Joaquim Cutrim concedida à autora em 31/07/2012.

¹⁴⁸ Entrevista com Luiz Valente, da Vinyl Land Records, concedida à autora em 17/10/2011.

¹⁴⁹ Entrevista com João Maizena concedida à autora em 30/07/2012.

reclamavam do som. Ele comenta que entre ter um equipamento de baixo custo em CD e um de baixo custo em vinil, é preferível ter o de baixo custo em CD. Maurício¹⁵⁰, da Baratos da Ribeiro, argumenta que a vitrola é um equipamento mais delicado do que um CD player e, nesse sentido, ela precisa ter um certo nível de qualidade para reproduzir um som à altura:

Uma coisa que eu aprendi ouvindo o som de algumas marcas e indo nas oficinas dos caras que trabalham com alta fidelidade, é que tem uma lei que diz o seguinte: a qualidade do som que você ouve, ela é definida pela pior peça no sistema. Então se a tua caixa é mais ou menos, o som é mais ou menos. Se o amplificador for mais ou menos, o som é mais ou menos, se o cabo que tá ligando a caixa ao amplificador for mais ou menos, o som é mais ou menos. Então o que pesa mais é caixa e amplificador. Mais do que qualquer outra coisa assim. O que significa que pouca gente tem um equipamento em casa capaz de extrair o melhor que a mídia pode oferecer. Qualquer uma que seja. Essa discussão de qual som é melhor é pra quem tem um puta som em casa. E eu não tenho um som desse tipo assim. Mas tem quem diz que o vinil é melhor, tem mais grave e tal (MAURÍCIO).

Há controvérsias no que diz respeito ao som do vinil ser superior ou não. Sterne (2010, p.78) argumenta que “enquanto tradicionalmente tecnologias de reprodução sonora têm sido teorizadas em termos de sua relação absoluta com uma fonte de som, o ouvido humano não é capaz de fazer distinções tão sutis”. Mais do que a qualidade do som em si, o que também influencia na fidelidade sonora são as caixas de som e o hardware que é utilizado.

Para outros entrevistados, é óbvio que existe uma diferença no som do vinil, embora eles não saibam explicar em termos técnicos o que é. João¹⁵¹ discorre sobre o som do vinil como algo mais quente, com uma experiência diferente. Arthur¹⁵² fala que há um componente subjetivo e que não consegue afirmar se o som do LP é melhor que o do CD. Ele caracteriza o som do vinil como sendo mais cheio, mais quente. Kauê¹⁵³ também fala sobre o som que preenche uma sala, que tem uma dinâmica “é uma coisa mais orgânica, parece que no CD é tudo mais quadrado, e o som do vinil é mais redondo”.

¹⁵⁰ Entrevista com Maurício Gouveia, da Baratos da Ribeiro, concedida à autora em 19/10/2011.

¹⁵¹ Entrevista com João Maizena concedida à autora em 30/07/2012.

¹⁵² Entrevista com Arthur Dapieve concedida à autora em 02/08/2012.

¹⁵³ Entrevista com Kauê Cardel concedida à autora em 23/07/2012.

Todavia, existe uma percepção de que o som do vinil é melhor para determinados gêneros, enquanto o CD é melhor para outros. É o que acontece com a música clássica, para a qual o CD é a mídia perfeita, já que ela necessita dos extremos da escala, afirma Arthur. E o próprio tamanho do CD foi estabelecido para ter o mesmo tempo de duração da Nona Sinfonia de Beethoven. Luiz¹⁵⁴, da Vinyl Land, também comenta que quem quer ouvir uma orquestra filarmônica vai preferir o CD, por causa do som mais limpo.

A possibilidade de interferir, isto é, de como o contato com o objeto físico do vinil pode alterar o som também foi mencionada. Para Túlio¹⁵⁵, o vinil é mais livre, já a música digital ficaria presa a uma barreira. O LP permitiria entrar em tal barreira e ouvir outras coisas, como um farelinho: “Se você trocar a rotação vai ficar diferente. Se você aumentar o pitcher vai ficar diferente. Você consegue mudar um pouco aquilo ali, você consegue criar”.

O contato físico com o objeto material, a sensação tátil que tal experiência proporciona. Isso se perde com a tecnologia digital. Inclusive as falhas do disco, os arranhões e saber que naquela parte o LP vai pular. As imperfeições do vinil são valorizadas, pois de alguma forma elas lembram a mortalidade. As autoras Yochim e Biddinger (2008) falam que os colecionadores buscam no vinil as qualidades concretas que o aproximam da ideia de humanidade. É assim que Gilda descreve o som do vinil: “Aquilo é muito humano né, é menos robótico talvez”¹⁵⁶.

3.3.1 O retorno do vinil na era do mp3

Em primeiro lugar, quando se fala em retorno dos discos de vinil, devemos nos perguntar: que retorno é esse? O dos consumidores voltando a comprar? O dos discos voltando a circular? Ou o das fábricas voltando a produzir?

Na realidade, para DJs e colecionadores, o vinil nunca partiu, seguiu existindo, ainda que em menor oferta. Para aqueles mais interessados, que buscam

¹⁵⁴ Entrevista com Luiz Valente, da Vinyl Land Records, concedida à autora em 17/10/2011.

¹⁵⁵ Entrevista com Túlio Brasil concedida à autora em 02/08/2012.

¹⁵⁶ Entrevista com Gilda Lassance concedida à autora em 22/07/2012.

em sites pela internet ou fazem trocas com conhecidos que se desfazem de coleções ou garimpam pelos sebos e feiras, a morte do vinil sempre foi uma grande falácia.

A maior dificuldade é a de conhecer os números oficiais sobre o consumo de LP no Brasil, já que os últimos dados da ABPD consideram fonogramas os CDs, DVDs e Blu-rays, excluindo o LP da contagem. Existe um consumo invisível que escapa aos "olhos" das pesquisas de mercado. É a troca entre dois conhecidos, os discos comprados em sebos, os LPs expostos nas calçadas à venda por um real.

Embora o site da ABPD não possa nos fornecer dados específicos sobre o mercado de vinil, as matérias jornalísticas sobre lançamentos de discos em LP de um suposto retorno do vinil apontam para um crescimento nesse nicho. Sem a pretensão de realizar uma análise de conteúdo, mas apenas com o sentido de contextualizar informações publicadas na mídia sobre o assunto, selecionamos algumas reportagens sobre a volta do vinil e que falam sobre o crescimento nas vendas.

Entre os títulos das matérias que falam diretamente sobre o crescimento desse mercado estão: "A volta do vinil: Deckdisc lança quatro discos esta semana"¹⁵⁷; "Radiohead, Adele e Beady Eye causam aumento de 40% nas vendas de discos de vinil"¹⁵⁸ e "Venda de vinis aumenta 14,2%, mais que álbuns digitais, nos EUA"¹⁵⁹. Já as matérias ou artigos que falam sobre o retorno do LP são: "O retorno dos bolachões"¹⁶⁰; "A forra do vinil"¹⁶¹ e "Discos de vinil ainda têm uma legião de fãs"¹⁶².

¹⁵⁷ <http://oglobo.globo.com/cultura/a-volta-do-vinil-deckdisc-lanca-quatro-discos-esta-semana-3060929> Acessado em 08/01/2012

¹⁵⁸ <http://oglobo.globo.com/cultura/radiohead-adele-beady-eye-causam-aumento-de-40-nas-vendas-de-discos-de-vinil-2864062> Acessado em 08/01/2012

¹⁵⁹ <http://oglobo.globo.com/cultura/venda-de-vinis-aumenta-142-mais-que-albuns-digitais-nos-eua-5542240> Acessado em 08/01/2012

¹⁶⁰ <http://www.estadao.com.br/noticias/impreso,o-retorno-dos-bolachoes,314005,0.htm> Acessado em 08/01/2012

¹⁶¹ Texto de Arthur Dapieve publicado no Segundo Caderno do jornal O Globo do dia 27/07/2012. Texto em anexo.

¹⁶² Coluna de Nelson Motta no Jornal da Globo. <http://video.globo.com/Videos/Player/Noticias/0,,GIM1241239-7823-DISCOS+DE+VINIL+AINDA+TEM+UMA+LEGIÃO+DE+FAS,00.html>

Por ordem cronológica de publicação, na matéria que data de janeiro de 2010 do jornal O Globo, consta que a última grande gravadora deixou de produzir vinil em 1998. De lá para cá, o interesse pelo artefato não morreu. Em 2009, as vendas foram de 2,5 milhões de unidades nos EUA. João Augusto, dono da Polysom e da gravadora Deckdisc, relançou os títulos "Onde brilham os olhos seus", de Fernanda Takai; "Fome de tudo", da Nação Zumbi; "Cinema", do Cachorro Grande; e "Chiaroscuro", de Pitty em LP. Na outra notícia, de setembro de 2011, os números apontam que as vendas de discos de vinil cresceram 40% em 2011, com nomes como Radiohead, Adele e Beady Eye. Segundo o site da BBC, mais de 240 mil álbuns foram vendidos até a data da publicação. Nas 52 semanas de 2010 o número foi de 234 mil. Na matéria de julho de 2012, também do jornal O Globo, a pesquisa da Nielsen/Billboard sobre o mercado fonográfico americano mostra que, no primeiro semestre de 2012, a venda de discos de vinil cresceu 14,2% em comparação com o mesmo período de 2011, as vendas de música digital cresceram 13,8%, enquanto os CDs sofreram uma queda de 11,3%.

O site Mercado Livre divulgou que a venda de vinis cresceu 30% no primeiro semestre de 2012, em comparação ao mesmo período de 2011, superando o número de DVDs e Blu-Rays.

Entre os artistas que estão lançando em vinil, encontram-se tanto nomes consagrados quanto bandas independentes. No topo das vendas não estão apenas os clássicos como Beatles, mas também artistas contemporâneos como Fleet Foxes, Radiohead, Wilco e Black Keys. Em 2012, o disco mais vendido foi o álbum solo de Jack White. Dois exemplos de algo que é comum nos EUA é o dos lançamentos de Jack White e de Elvis Costello, cujos LPs incluem um cupom para download gratuito. Há uma integração entre o analógico e o digital, em que não há necessariamente uma disputa entre os dois formatos, mas uma complementariedade.

De um modo geral, os LPs estão sendo produzidos em números menores – em torno de 500 a mil cópias. Em 2006, a Universal lançou o disco de Caetano Veloso, que vendeu 400 cópias. A Sony/BMG também voltou a produzir vinil, com o relançamento de 30 títulos da série "Meu primeiro disco" como Nação Zumbi e João Bosco. No entanto, não se deve ter um entusiasmo exagerado com a efervescência do vinil na mídia, em relação à sua volta, pois ele voltou como parte de um mercado segmentado. Os álbuns de vinil passam a ocupar um lugar característico na

reestruturação da indústria da música: a pulverização de nichos de mercado (HERSCHMANN, 2010, p.71).

Na sua coluna do Jornal da Globo, Nelson Motta fala que apesar de a era ser digital e de muitas pessoas carregarem seus mp3 no bolso, ainda estão redescobrimo os bolachões. O vinil mais denso, com melhor som e durabilidade citado por ele são os de 180 gramas. Ele encerra dizendo que nenhum som gravado, analógico ou digital, se compara a um show ao vivo. Mas, na ausência da performance do artista adorado, o mais próximo que o ouvinte tem é o som do vinil.

Em seu texto no Segundo Caderno do Jornal O Globo, Arthur Dapieve fala que a indústria não contava com a volta do vinil. Enquanto no senso comum o mp3 é visto como sinônimo de subversão e fenômeno libertário, o autor comenta que realmente subversivo é a sobrevivência do LP:

Então acho que subversivos foram os caras que mantiveram aquelas culturas funcionando: os DJs e os colecionadores. É claro que você tem um cara como o João Augusto que é um visionário, um dos caras da velha guarda, digamos assim, da indústria fonográfica, e que gosta de música realmente. Porque teve um momento em que a indústria fonográfica foi tocada não por gente que gosta de música, mas por executivo de marketing, isso coincide com a chegada do digital (ARTHUR)¹⁶³.

Depois que a tecnologia digital surgiu no Japão – empresas como Panasonic e Sony investiram no hardware - os preços dos aparelhos já não eram tão caros, e era possível ter um som em casa. Um processo similar é o que aconteceu com o mp3, como fala Charles Gavin¹⁶⁴, “é uma forma de ouvir música bastante barata, eu acho legal, ela é flexível, ela é prática, você leva no celular, você leva em qualquer lugar. Agora se você quiser levar a música a sério é diferente. Sobre o porquê o vinil voltou, ele responde:

Porque o vinil ainda tá envolvido numa aura, tá impregnado de uma série de qualidades, características que é como se fosse, se você quer ouvir música de uma maneira mais profunda, quer apreciar, quer gostar daquilo, você tem que ouvir de outra forma. Daí até o renascimento do LP vem um pouco por causa disso, se banalizou tanto, não a música, mas essa situação de como consumir música, que eu acho que o som do vinil naturalmente deveria ressurgir por conta disso. Quando acontece um fenômeno muito nessa outra ponta, acontece outro pra equilibrar, é uma gangorra. É cauda longa? É. Concentração não é só num lugar. Assim, eu adoro CD, o CD é

¹⁶³ Entrevista com Arthur Dapieve concedida à autora em 02/08/2012.

¹⁶⁴ Entrevista com Charles Gavin concedida à autora em 21/04/2012.

uma mídia sensacional. O mp3 é uma mídia prática, mas se você quiser levar a sério a situação de ouvir música, que é de botar no colo, você ter calma primeiro com o vinil, ler, apreciar (CHARLES GAVIN)¹⁶⁵.

Para Heitor¹⁶⁶, faz muito sentido a volta do LP na época do download, pois foi quando as pessoas perceberam que o download tem qualidade sonora bem inferior ao resultado analógico, e começaram a cultivar a questão. Obviamente, quando o LP era a mídia dominante, nem todo mundo fazia uma escuta atenta, algumas pessoas apenas consumiam porque era o suporte hegemônico.

Antes do retorno, a derrocada. Quando perguntamos aos vinileiros se eles acreditam que o vinil morreu em algum momento no Brasil, as respostas são de que, nos anos 90, foi ficando difícil conseguir toca-discos. Depois de mais de 10 anos em que o LP parecia artefato restrito apenas a DJs e colecionadores, uma mudança é percebida. Arthur¹⁶⁷ comenta que, ao escrever sobre o assunto no jornal, muitos colecionadores se manifestam, e não apenas os conhecidos: “essa subcultura, que era a cultura, sem o sub na frente, sobreviveu. E sobreviveu acho que contra todos os prognósticos da indústria e mesmo de algumas pessoas que gostavam de LP”.

Depois de os artistas recentes pararem de lançar em vinil, na metade dos anos 90, aconteceu uma movimentação no sentido de lançar discos em tiragens menores, de mil cópias em LP de 180 gramas. É o que conta Aldo¹⁶⁸, que dá o exemplo de como analógico e digital convivem tranquilamente “Você baixa na internet, mas tem o vinil. É o que falei da praticidade e do relaxamento: a praticidade você baixa da internet e vai escutar onde você quiser. Mas no aconchego do seu lar, você quer a qualidade”.

Três tipos de colecionadores são apontados por Heitor por terem mantido o mercado do LP: os DJs, que foram os grandes responsáveis por não terem deixado morrer o vinil entre os anos 90 e o começo dos anos 2000; os colecionadores de discos, que nunca abandonaram suas coleções; e os estrangeiros que procuravam muito a música brasileira da virada de 60 pra 70, o samba, o soul. Os artistas

¹⁶⁵ Idem.

¹⁶⁶ Entrevista com Heitor de Araújo, da Tracks, concedida à autora em 20/04/2012.

¹⁶⁷ Entrevista com Arthur Dapieve concedida à autora em 02/08/2012.

¹⁶⁸ Entrevista com Aldo Jimenez concedida à autora em 31/07/2012.

procurados, como a banda Black Rio, Racional do Tim Maia, Tony Tornado, Jerson King-Kong, não existiam em CD e havia uma demanda muito grande pra esse segmento.

Hoje ele cresceu como resposta aos downloads, à música solta, à música perdida. Ele ocupa um pedaço do mercado, mas sempre será um nicho, sempre vai ser como os vinhos mais elaborados são, não são pra qualquer um, não são pro gosto de qualquer um, pro bolso de qualquer um, eles têm lá o seu nicho de mercado. Esse é o tipo de mercado que quem tá interessado te acha. Cedou ou tarde ele vai aparecer aqui na verdade, então todo mundo que faz o circuito do LP também frequenta aqui, uns mais fiéis do que outros (HEITOR – TRACKS)¹⁶⁹.

A questão dos estrangeiros é interessante e se deu quando os LPs eram baratos nas lojas – período em que muitas pessoas se desfizeram de suas coleções para substituí-las por CDs. Dos nossos entrevistados, alguns passaram por essa fase, como Gilda, que depois de ter vendido, tentou recuperar os discos dos quais se desfez; como Aldo¹⁷⁰, que depois de ter comprado CDs, voltou a comprar vinil com mais frequência ainda; e como Joaquim¹⁷¹, que se diz ter feito parte do “grupo dos enganados”. Foi nessa época que os estrangeiros investiram a fundo nas buscas por artistas nacionais como Marcos Vale, Tambo Trio, Zimbo Trio, Nara Leão. Márcio¹⁷², da Tropicália Discos, faz a crítica a quem reclama que os japoneses “roubaram nossas riquezas”, sendo que foram eles que valorizaram a música brasileira. Bruno¹⁷³, da Tropicália, cita o exemplo de Di Melo, que foi relançado recentemente, e sobre o qual já comentamos, que foi lançado pelo coletivo de Tuta, o Vinil é Arte.

Mas o retorno do LP não é tão simples. Maurício, da Baratos da Ribeiro, cita três problemas no mercado de vinil do país: a dificuldade de se conseguir uma

¹⁶⁹ Entrevista com Heitor de Araújo, da Tracks, concedida à autora em 20/04/2012.

¹⁷⁰ Entrevista com Aldo Jimenez concedida à autora em 31/07/2012.

¹⁷¹ Entrevista com Joaquim Cutrim concedida à autora em 31/07/2012.

¹⁷² Entrevista com Márcio da Rocha, da Tropicália Discos, concedida à autora em 27/06/2012.

¹⁷³ Entrevista com Bruno Alonso, da Tropicália Discos, concedida à autora em 27/06/2012.

vitrola, o preço elevado dos discos novos e a falta de um catálogo de artistas contemporâneos com apelo ao público jovem.

A carga tributária é realmente um grande empecilho. João Augusto, da Polysom, conta que até dezembro de 2011, 66% do valor do LP em São Paulo e 72% do preço do vinil no Rio de Janeiro era imposto. Atualmente o valor diminuiu para 40% porque mudou a tributação. Os LPs dos anos 1980 fabricados no país traziam o selo “Disco é Cultura”, e recebiam incentivos de produção, isto é, quanto mais a gravadora produzia, mais descontos ela recebia. Fernando Collor declarou o disco um bem supérfluo e, com isso, a tributação foi alterada.

A “resistência dos consumidores em pagar pelos fonogramas” (HERSCHMANN, 2010, p.11) pode ser entendida a partir de um trecho da pesquisa de Chambers (1985, p.12) sobre a constante interação entre os aspectos comerciais e a experiência vivida:

Depois que o poder comercial das gravadoras foi reconhecido, depois que o persuasivo canto da sereia do rádio foi apreciado, depois que as indicações da imprensa foram anotadas, é a pessoa, enfim, a que compra as gravações, a que dança conforme a música e a que vive segundo a cadência, que demonstra ter – não obstante as condições específicas de sua produção – o maior potencial do pop.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Quando nos propusemos a investigar a prática de colecionar vinil realizada por quem frequenta feiras ou lojas de discos no Rio de Janeiro, não sabíamos o que encontraríamos exatamente. Sem dúvidas, a preferência pelo vinil se explica para além de um simples saudosismo dos mais velhos ou de uma modinha dos mais novos.

Os vinileiros constroem suas coleções a partir de discos que eram dos pais, mas não apenas. Na construção do gosto e da disposição para colecionar, também encontramos a influência da rede de amigos e das publicações e programas da mídia. O acervo é composto por discos comprados em lojas, em feiras, em sebos, em barraquinhas de rua. Alguns se aventuram pelas compras online em sites como Amazon e Mercado Livre. De um lado, a comodidade de poder comprar o LP desejado com alguns cliques no computador; do outro, a interação tátil com os discos na loja, a emoção da busca, as conversas e indicações dos vendedores, e o prazer de sair de lá com o disco debaixo do braço.

Gêneros como rock e MPB se mostraram mais colecionáveis que outros. Todavia, isso não significa que discos de brega e de sertanejo não sejam colecionados. Os valores do que é colecionável são contingentes, e mudam com o tempo. O mesmo acontece com artistas que estavam esquecidos e que passam a ser objeto de desejo de coleções. São variáveis como oferta e demanda, raridade e valor, custo e condição, e aura e autenticidade que estão em jogo.

Não existe somente um modo de ouvir vinil. Quem tem a aparelhagem mais à mão escuta com mais frequência, os outros dedicam momentos especiais para ouvir LP, como no fim de semana, quando há mais tempo para prestar atenção na música em si. O colecionador pode escutar seus discos ilhado em sua fortaleza de caixas de som enquanto aprecia a música. Mas também pode ouvir LP enquanto lava a louça, ou recebe os amigos.

Aliás, esse é um ponto interessante: a sociabilidade existente na cultura do vinil. Em espaços como lojas e feiras, há sempre alguém pronto para dar sua opinião sobre uma música ou recomendar um disco. As pessoas se reúnem em torno da música para emitir julgamentos de gosto, apreciar o som e conhecer gente que também se interessa pelo assunto.

Durval e Rob Fleming, personagens de Durval Discos e Alta Fidelidade, respectivamente, representam o universo dos discos de vinil. Os dois protagonistas são homens de meia-idade aficionados por LPs. No trabalho de campo, encontramos uma diversidade interessante de colecionadores: não somente “velhos heróis da resistência analógica”, mas também jovens que cultivam coleções. E entre os jovens, nos deparamos também com mulheres. O mundo do vinil, como o senso comum sempre ditou, não é exclusividade masculina.

Sobre o que leva as pessoas a comprarem discos de vinil, em uma época em que a música pode ser acessada gratuitamente na internet, destacamos a influência dos pais, a qualidade do som e a sua escolha como um estilo de vida, as formas diferentes de ouvir música, dedicar atenção ao som, o deslumbramento pelo antigo e, porque não, por uma certa nostalgia evocada pelos discos. A relação diferenciada que se estabelece com o som é muito diferente do consumo de música em caixas de computador. Como dito pelos entrevistados, isso “não é para qualquer um”, é para quem gosta e sabe diferenciar o som do vinil.

A fidelidade sonora ou hi-fi é um critério determinante na preferência pelo vinil. O termo “alta fidelidade” se refere tanto à persistência de manter um artefato que já tinha sido dado como obsoleto, permanecer fiel a ele, quanto reconhecê-lo como a melhor forma de reprodução sonora e também o seu som como o melhor. Contudo, é interessante que a maioria não sabe explicar em termos técnicos o que faz com que o som do vinil seja diferente. Os entrevistados evocam uma sinestesia de sensações para descrever o som do LP: quente, cheio, orgânico, completo, imperfeito, humano. São características que associam o vinil a uma aura autêntica, quase mágica, que não se faz presente em outros formatos.

Os colecionadores não são fanáticos “xiitas” que abominam outras tecnologias de reprodução sonora. Pelo contrário, é comum os colecionadores ouvirem música no computador no formato mp3, até mesmo com mais frequência do que o LP. No entanto, eles dedicam um momento ritualístico à escuta do vinil, que envolve uma dedicação exclusiva àquela prática, que começa desde a escolha de qual disco tocar, à contemplação da capa, tirar o disco, colocá-lo na vitrola, ajustar a agulha no ponto certo, e, por fim, fruir a música. A escuta dos discos pode ser feita tanto de modo individual e reflexivo, quanto de forma a ser um ponto de encontro de amigos ao redor do toca-discos, como uma prática social.

É nesse sentido que, mesmo que o vinil tenha qualidades que os outros suportes não apresentam, ouvir LP não exclui outras formas de consumir música. Enquanto o surgimento do mp3 parece ter causado uma concorrência com o CD, o mesmo não procede com o vinil. LP e mp3 se complementam numa relação em que este funciona como uma ferramenta para conhecer novos artistas, que possibilita o deslocamento com a música (no som do carro, nos fones de ouvido enquanto se direciona ao trabalho); e aquele é uma escolha materializada da música que vale a pena ter, manter e apreciar.

Entre os principais exemplos de tal complementariedade, estão as lojas virtuais de discos de vinil que, muitas vezes, disponibilizam as músicas que vendem em *streaming* para que o som seja experimentado por quem navega na página e, caso agrade, possa ser comprado no formato físico. Nessa mesma lógica, alguns LPs trazem um cupom com uma senha para fazer download do álbum adquirido em mp3 de 320 kbps, cuja qualidade não comprime tanto o som como um mp3 de 180 kbps. Assim, quem compra o disco recebe a música em dois formatos que podem ser escutados em diferentes situações.

O LP enquanto artefato é entendido como uma obra de arte. Nesse conjunto, estão considerados a capa, o encarte, a arte gráfica, o tamanho, o som, a sequência lógica das músicas em começo, meio e fim. Além do mais, o trabalho da forma mais fiel ao que o artista quis apresentar está contido no LP. É como se o vinil pudesse aproximar mais o ouvinte do artista do que os outros formatos musicais. Ao mesmo tempo, o LP passa a segurança de que a música não vai se perder. Se o CD arranha e o mp3 se perde em sua imaterialidade, o vinil carrega a sensação de durabilidade através de sua permanência e resistência ao longo do tempo, desde os anos 40.

Quanto ao que é considerada como a melhor coisa no vinil, a maioria dos vinileiros respondeu que é um pouquinho de tudo, o conjunto. É neste ponto que observamos que a preferência pelo vinil é mais complexa e se dá em virtude de vários motivos e não apenas de uma questão nostálgica ou por causa de uma suposta superioridade sonora. Os motivos citados, como já detalhamos no capítulo anterior, se dividem entre o som, materialidade, arte gráfica, ritual e memória afetiva/histórica.

Existe a percepção de que algumas pessoas passaram a comprar vinil em decorrência de uma modinha hipster-vintage-cult. Esses compradores são vistos com um certo desdém por quem realmente entende sobre música, porque sua dedicação ao LP não deriva de um cultivo prolongado, mas de capital econômico disponível para adquirir vários discos. Apesar disso, para os audiófilos, vinileiros, colecionadores não há uma ideia elitista de grupo fechado no qual poucos privilegiados podem entrar, desde que aqueles que se dizem interessados por vinil o sejam por razões de gosto genuíno e não por causa de uma onda na qual ter LPs é apenas *cool-hipster*.

Se existe um retorno dos discos no mercado brasileiro, ele está relacionado à reabertura da Polysom, e às iniciativas de colecionadores e apreciadores de música em abrir lojas virtuais voltadas para esse nicho, em manter espaços físicos onde o vinil é cultuado, às festas onde os DJs divulgam a cultura do vinil e aos lançamentos de artistas nos selos independentes nos formatos de LP e de compacto.

Quanto à circulação, não há dúvidas de que houve um aumento na oferta do vinil com a complementariedade entre o meio digital e o formato analógico. O que antes estava disponível apenas em sites de variedades como Mercado Livre ou de leilões como o E-bay, hoje pode ser encontrado facilmente, por exemplo, no portal Prefiro Vinil, que reúne vários sebos e lojas de todo o Brasil que vendem discos.

A volta do LP ainda gira em rotações lentas. O preço elevado dos discos, em função da carga tributária, a oferta escassa de toca-discos de preço acessível nas lojas, e o hiato de discos que não foram lançados em vinil na última década são exemplos de que há um caminho a percorrer para recuperar os equívocos cometidos pela indústria fonográfica.

Apesar das adversidades, os resistentes vinileiros continuam encontrando alternativas para manter o disco rodando. E o retorno da mídia analógica está aí para provar que pode conquistar um novo público – já que os colecionadores e DJs nunca o abandonaram. Entretanto, é um mercado de nicho. O vinil não vai voltar aos seus dias de glória de quando era o formato dominante. Mas por trás das portas de sebos, de lojas escondidas no centro, em feiras de LP, sempre haverá um vinileiro à espera para indicar um disco, para discutir sobre música e para dizer que ainda vale a pena ter um disco de vinil. Mesmo que a era seja digital.

O retorno do vinil na era da reprodutibilidade digital faz todo o sentido. A preferência por bens materiais no contexto contemporâneo tem um importante papel na cultura. Um exemplo disso é a prática social de colecionar discos e de divulgar a cultura do LP realizada por vinileiros. Como explica Túlio “por ser uma coisa tão... artesanal assim, no sentido de requerer atenção, num tempo em que a gente tá tão frio, tão sistemático, é diferente, eu me sinto mais humano ouvindo vinil”.

OBRAS CONSULTADAS:

ANDERSON, Chris. **A cauda longa: do mercado de massa para o mercado de nicho**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.

BENJAMIN, Walter. A obra de arte na era de sua reprodutibilidade técnica, 1936.

BLOM, Philipp. **Ter e manter**: uma história íntima de colecionadores e coleções. Rio de Janeiro: Record, 2003.

BOURDIEU, Pierre. Campo intelectual, processo criador. In: *Questões de sociologia*. Rio de Janeiro: Marco Zero, 1983.

_____. A metamorfose dos gostos. In: **Questões de sociologia**. Rio de Janeiro: Marco Zero, 1983. p.127-35.

_____. Forms of capital IN J. Richardson (Ed.). **Handbook of Theory of Research for the Sociology of Education**. New York, Greenwood Press: 1986, p.241-258.

_____. Compreender. In **A miséria do mundo**. Petrópolis: Vozes, 1999.

_____. **A economia das trocas simbólicas**. 6.ed. São Paulo: Perspectiva, 2005.

_____. **A distinção**: crítica social do julgamento. São Paulo: Edusp; Porto Alegre, RS: Zouk, 2008.

BOURDIEU, Pierre; WACQUANT, Louis. **An Invitation to Reflexive Sociology**. University of Chicago Press and Polity, 1992.

CASTELLANO, Mayka. **Reciclando o lixo cultural**: uma análise sobre o consumo trash entre os jovens. Dissertação de mestrado. UFRJ, PPGCOM, 2009.

CAVALCANTI, Maria Laura Viveiros de Castro. Conhecer desconhecendo: a etnografia do espiritismo e do Carnaval carioca. In: VELHO, Gilberto; KUSCHNIR, Karina (orgs.) **Pesquisas Urbanas**: desafios do trabalho antropológico. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2003.

CHAMBERS, Ian. **Urban rythms: pop music and popular culture**. London, Macmillan, 1985.

CLIFFORD, James. **Predicament of culture**: Twentieth-century ethnography, literature and art. Cambridge, MA: Harvard University Press, 1988.

COHEN, Sara. Ethnography and Popular Music Studies. **Popular Music**, v.12, nº 2, 1993, p.123-138.

DANTAS, Danilo Fraga. Mp3, a morte do álbum e o sonho de liberdade da canção? **Anais do Encontro da ULEPICC**. Salvador: UFBA, 2005.

DAVIS, Fred. **Yearning for Yesterday: A Sociology of Nostalgia**. Free Press, 1979.

DE MARCHI, L. . A Angústia do Formato: uma História dos Formatos Fonográficos. **E-Compós** (Brasília), Internet, v. 2, n. Abril, p. 1-19, 2005.

_____. **Transformações estruturais da indústria fonográfica no Brasil 1999-2009: desestruturação do mercado de discos, novas mediações do comércio de fonogramas digitais e conseqüências para a diversidade cultural no mercado de música**. Tese (doutorado), UFRJ, Escola de Comunicação, PPGCOM, 2011.

DIAS, Marcia T. **Os donos da voz: Indústria fonográfica brasileira e mundialização da cultura**. 2. ed. São Paulo: Boitempo Editorial, 2008

DUARTE, Márcia. Estudo de caso. In: DUARTE, J.; BARROS, A. (Org.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Atlas, 2005.

DU GAY, Paul et. al. (orgs.). **Doing Cultural Studies: the story of the Sony Walkman**. Londres: Sage, 1997a.

_____. **Production of culture, culture of production**. Londres: Sage, 1997b.

ESCOSTEGUY, A.C; JACKS, N. **Comunicação e Recepção**. São Paulo: Hacker, 2005.

ESCOSTEGUY, Ana Carolina. Circuitos de cultura/ circuitos de comunicação: um protocolo analítico de integração da produção e da recepção. **Comunicação Mídia e Consumo/ Escola Superior de Propaganda e Marketing**. São Paulo, v. 4, n.11, p.115-135, nov.2007.

_____. Quando a recepção já não alcança: os sentidos circulam entre a produção e a recepção. **E-compós**, Brasília, v.12, n.1, jan./abr. 2009.

FELINTO, Erick; ANDRADE, Vinícius. A vida dos objetos: um diálogo com o pensamento da materialidade da comunicação. **Contemporanea**, vol.3, nº1, p.75-94, jan-jun/2005.

FERREIRA, Pedro P.. O analógico e o digital: a politização tecnoestética no discurso dos DJs. In: **Anais da 24a. Reunião Brasileira de Antropologia**, 2004, Olinda. XXIV Reunião Brasileira de Antropologia.

FINNEGAN, Ruth. **The hidden musicians**: music-making in an English town. Cambridge, Cambridge University Press, 1989

FOOT-WHYTE, William. Treinando a observação participante in ZALUAR, Alba (org.) **Desvendando Máscaras Sociais**, Rio de Janeiro: Francisco Alves, 1975, pp. 77-86.

FREIRE FILHO, João. **Reinvenções da resistência juvenil**: os estudos culturais e as micropolíticas do cotidiano. Rio de Janeiro: Mauad X, 2007.

FRITH, Simon. **Performing rites**: on the value of popular music. Cambridge, Massachusetts: Harvard University Press, 1996.

_____. La industria de la música popular. In: FRITH, Simon et al. (org.). **La otra historia del rock**. Barcelona: Ediciones Robinbook, 2006, p.53-86.

GUERRA, Paula. Alta Fidelidade: um roteiro com paragens pelas lojas de discos independentes em Portugal na última década (1998-2010). In: **Revista da Faculdade de Letras da Universidade do Porto**. Vol. XXI, Porto, 2011.

GOODWIN, Andrew. Sample and hold: pop music in the digital age of reproduction. In: FRITH, Simon; GOODWIN, Andrew (org.). **On record: rock, pop and the written word**. New York: Routledge, 1990.

GUMBRECHT, Hans Ulrich & PFEIFFER, Ludwig – **Materialities of Communication**. Stanford Univ Press, 1994

HALL, Stuart ; JEFERSON, Tony. **Resistance through rituals**: Youth subcultures in post-war Britain. London/Birmingham: Hutchinson, CCCS, 1976.

HALL, Stuart. **Da diáspora**: identidades e mediações culturais. Belo Horizonte: UFMG, 2003.

HALL, Stuart. O legado teórico dos Estudos Culturais In **Da diáspora: identidades e mediações culturais**. Liv Sovik, org. (1ª reimpressão revista). Belo Horizonte/Brasília: Editora UFMG/Unesco, 2006.

HERSCHMANN, M.. **Lapa, cidade da música**. Desafios e perspectivas para o crescimento do Rio de Janeiro e da indústria da música independente nacional. Rio de Janeiro: Mauad X, 2007.

_____. **Indústria da Música em Transição**. 1. ed. São Paulo: Estação das Letras e das Cores, 2010.

_____. (Org.) . **Nas bordas e fora do mainstream musical: novas tendências da música independente no início do século XXI.** 1. ed. São Paulo: Estação das Letras e Cores Editora, 2011.

HORNBY, Nick. **Alta Fidelidade**. São Paulo: Rocco, 1998.

HUYSSSEN, Andreas. **Memórias do modernismo**. Rio de Janeiro: Editora da UFRJ, 1997.

JACKS, N. A. ; MENEZES, Daiane ; PIEDRAS, Elisa . **Meios e Audiências**. A emergência dos estudos de recepção no Brasil.. 1. ed. Porto Alegre: Editora Sulina, 2008.

JANOTTI JUNIOR, J. S. **A Procura da Batida Perfeita: a importância do gênero musical para a análise da música popular massiva**. Eco-Pós (UFRJ), Rio de Janeiro, v. 6, n. 2, p. 31-46, 2003.

_____. **Música Popular Massiva e Comunicação: um universo particular**. **Interin** (Curitiba), v. 4, p. 1-12, 2007.

_____. **Por uma análise midiática da música popular massiva: uma proposição metodológica para a compreensão do entorno comunicacional, das condições de produção e reconhecimento dos gêneros musicais**. **E-Compós** (Brasília), v. 1, p. Edição6/09-2006a.

_____. **Música Popular Massiva e Gêneros Musicais: produção e consumo da canção na mídia**. **Comunicação, Mídia e Consumo** (São Paulo), v. 3, p. 31-48, 2006b.

_____. **Loucos por Música: cenas musicais, circuitos culturais, colecionadores e consumo de música em novos territórios sonoros**. **Comunicon**, 2012.

JENKIS, Henry. **Cultura da convergência**. São Paulo: Aleph, 2008

JOHNSON, Richard et al. **O que é, afinal, Estudos Culturais?** Tomaz Tadeu da Silva org. Belo Horizonte: Autêntica, 1999.

KEIGHTLEY, K. Long Play: adult-oriented popular music and the temporal logics of the post-war sound recording industry in the U.S.A. In: **Media, culture & society**, vol. 26, 375-391. London, Thousand Oaks, New Delhi, 2004.

_____. Reconsiderar el rock. In: FRITH, Simon et al. (org.). **La otra historia del rock**. Barcelona: Ediciones Robinbook, 2006, p.155-193.

_____. Turn it down! She Shrieked: Gender, Domestic Space, and High Fidelity. **Popular Music**, Vol. 15, No. 2 (May, 1996), p. 149-177.

KELLNER, Douglas. **A cultura da mídia**. Bauru: EDUSC, 2001.

KISCHINHEVSKY, Marcelo. Manguébit e novas estratégias de difusão diante da reestruturação da indústria fonográfica, in: **Ciberlegenda**. Niterói: UFF, n. 16, 2006.

MAGNANI, José Guilherme Cantor. A rua e a evolução da sociabilidade. Cadernos de História de São Paulo, n.2, jan-dez, 1993.

MANDER, Mary. Bourdieu, the Sociology of Culture and Cultural Studies: a critique. **European Journal of Communication**, London: Sage, vol.2, 1987, p.427-453.

MARTINO, Luís Mauro Sá. A dissolução dos Estudos Culturais: consenso genealógico e indefinição epistemológica. In: **Anais do XIX Encontro da Compós**. PUC-RJ, Rio de Janeiro, junho de 2009.

McROBBIE, Angela. Needs and Norms: Bourdieu and cultural studies IN McROBBIE, Angela. **The uses of cultural studies**. London: Sage Publications, 2005.

MOREIRA, Marcela A. Pressupostos para uma análise da cultura dos discos de vinil enquanto capital simbólico, social e econômico no gênero de música eletrônica Drum'n Bass. In: **Anais do XXX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2007**.

_____. **Mídia e autenticidade na música eletrônica**. Dissertação de mestrado. UFBA, PPGCOM, 2009.

NEGUS, Keith. **Popular music in theory**. Cambridge, Polity Press, 1996.

PEIRANO, Mariza. **Rituais ontem e hoje**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2003.

PEREIRA, Sónia. Estudos culturais de música popular – uma breve genealogia. **Exedra**, nº5, 2011, p.117-133.

PLASKETES, G. Romancing the record: the vinyl de-evolution and subcultural evolution. **Journal of Popular Culture**, 26(1), 1992, p.109-122.

REYNOLDS, Simon. **Retromania**: pop culture's addiction to its own past. Faber and Faber, London, 2011.

RIBEIRO, Ana Paula G.; FREIRE FILHO, João; HERSCHMANN, Micael (orgs). **Entretenimento, Felicidade e Memória**: forças moventes do contemporâneo. São Paulo: Ed. Anadarco, 2012.

RIBEIRO, Fábio V. **Entre os extremos do consumo**: fãs, colecionadores e aficionados. Tese (doutorado), PUC/SP, 2005.

RIBEIRO, Bruno. Elifas Andreato, artista plástico. **Revista Consciência.net**, 2003.

SÁ, S. M. A. P. Por uma genealogia da noção de materialidade (s) da comunicação. 2004. **NP Tecnologias da comunicação**, 2004.

_____. A música na era de suas tecnologias de reprodução. **E-Compós** (Brasília), v. 6, p. 1-15, 2006.

_____. ; GARSON, M. ; WALTENBERG, L. L. . Música eletrônica e rock, entre ruídos e riffs:gêneros musicais em tempos de hibridismo. In: BORELLI, S.;FREIRE FILHO, J.. (Org.). **Culturas Juvenis no século XXI**. São Paulo: EDUC, 2008, v. 1, p. 171-194.

_____. Se você gosta de Madonna também vai gostar de Britney! Ou não?! Gêneros, gosto e disputas simbólicas nos sistemas de recomendação musical. **E-Compós** (Brasília), v. 12, p. 1-18, 2009a.

_____. O Cd morreu?Viva o vinil!. In: Perpétuo, I.F.;Silveira, S.A.. (Org.). **O futuro da música após a morte do CD**. São Paulo: Momento Editorial, 2009b

_____. A trilha sonora de uma história silenciosa: som, música audibilidades e tecnologias na perspectiva dos Estudos Culturais.. In: Simone Pereira de Sá. (Org.). **Rumos da Cultura da Música: negócios, estéticas, linguagens, audibilidades**. Porto Alegre: Sulina, 2010, v. , p. 91-109.

SCOTT, David. **Stuart Hall's Ethics**. Small Axe. No.17 (Vol. 9, No. 1), mar 2005, p. 1-16.

SHUKER, Roy. **Vocabulário de Música Pop**. São Paulo: Hedra, 1999.

_____. **Wax trash and vinyl treasures**: record collecting as a social practice. Ashgate, 2010.

STERNE, Jonathan. **The audible past**: cultural origins of sound reproduction. Durham, NC: Duke University Press, 2003.

_____. O mp3 como artefato cultural. IN: SÁ, S. M. A. P. (Org.). **Rumos da Cultura da Música**: negócios, estéticas, linguagens e sociabilidade. Porto Alegre: Sulina, 2010.

STRAW, Will. El consumo. IN: FRITH, Simon et al. (org.). **La otra historia del rock**. Barcelona: Ediciones Robinbook, 2006, p. 87-111.

_____. Sizing up Record collections: gender and connoisseurship in rock music culture. In: WHITELEY, Sheila. **Sexing the groove**: popular music and gender. London: Routledge, 1997, p.3-16.

TATIT, Luiz. **O Século da Canção**. São Paulo, Ateliê Editoria, 2004.

THORNTON, Sarah. **Club cultures**: music, media and subcultural capital. Oxford: Polity, 1996.

TINHORÃO, José Ramos. **Musica Popular: Do Gramofone ao Rádio e TV**. SP: Ática, 1981.

TRAJANO, Mariana. O disco de vinil e a fruição musical: contribuição para uma sociologia dos objetos. In: **Anais da VII Esocite**, 2008.

TROTTA, Felipe C. . Gêneros musicais e sonoridade: construindo uma ferramenta de análise. **Ícone** (on line), v. 10, p. 1-12, 2008.

_____. Música e mercado: a força das classificações. **Contemporanea** (Salvador. Impresso), Salvador, BA, v. 2, n. 2, p. 181-196, 2005.

VICENTE, Eduardo. **Música e Disco no Brasil: a trajetória da indústria nas décadas de 80 e 90**. Tese de doutorado. USP, PPGCOM, 2002.

WALLIS, Roger; MALM, Krister. Patterns of change. In: FRITH, Simon; GOODWIN, Andrew (org.). **On record: rock, pop and the written word**. New York: Routledge, 1990, p.134-150.

WALTENBERG, Lucas. Do vinil ao mp3: alguns apontamentos sobre coleções de músicas nas novas tecnologias da comunicação e da informação. In: **Anais do XXXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**. Fortaleza - CE, 2012.

WILLIAMS, Raymond. **The long revolution**. Chatto & Windus, 1961.

YOCHIM, E. C.; BIDDINGER, M. It kind of give you that vintage feel; vinyl records and the trope of death. In: **Media, culture and society**, V. 30(2), p. 183-195. Los Angeles, London, New Delhi, Singapore, 2008.

ANEXOS

07/02/13

Radiohead, Adele e Beady Eye causam aumento de 40% nas vendas de discos de vinil

O GLOBO

Radiohead, Adele e Beady Eye causam aumento de 40% nas vendas de discos de vinil

O Globo

RIO - As vendas de discos de vinil cresceram 40% em 2011, graças a nomes como Radiohead, Adele e Beady Eye. De acordo com o site da BBC, mais de 240 mil álbuns foram vendidos este ano até agora. Nas 52 semanas de 2010 o número foi de 234 mil.

O novo disco do grupo Radiohead, "King of Limbs", encabeça a lista dos mais vendidos de 2011, deixando para trás "21", de Adele, que é o líder de vendas deste ano, considerando todos os formatos.

O ano mais popular nas vendas de vinil foi 1975, quando 91,6 milhões de discos foram comprados. Os best-sellers daquele ano foram a primeira coletânea de sucessos de Elton John, "Physical Graffiti", do Led Zeppelin, e "Wish You Were Here", do Pink Floyd.

Ainda segundo a BBC, em 2010, apenas 0.2% de todos os discos vendidos na Grã-Bretanha eram de vinil. Os CDs foram a grande maioria do total de 119,9 milhões de cópias vendidas, com os discos em formato digital chegando à marca de 21 milhões.

A Official Charts Company, empresa que compila dados oficiais de vendas dentro da indústria musical, afirmou que 2011 caminha para ser o melhor ano para o vinil desde 2005, quando as vendas chegaram a 351 mil.

A posição do Radiohead no topo das vendas de vinil se deve à edição "newspaper" limitada de "The King of Limbs". A caixa vinha com dois discos de vinil de 10 polegadas, encarte especial e 625 postais.

A banda inglesa, que recentemente anunciou que sairá em turnê em 2012, vendeu cerca de 20 mil cópias em vinil de seu oitavo disco.

Na lista dos 10 mais vendidos deste ano também estão Arctic Monkeys, PJ Harvey, Kate Bush e Nirvana - que teve o disco "Nevermind" reeditado no mês passado em comemoração aos 20 anos de lançamento.

Seis dos dez mais vendidos foram lançados por selos independentes, com as gravadoras Domino e XL sendo as mais representadas da lista.

Notícia publicada em 19/10/11 - 0h00 | Atualizada em 3/11/11 - 12h28 | Impressa em 07/02/13 - 10h00

07/02/13

Venda de vinis aumenta 14,2%, mais que álbuns digitais, nos EUA

O GLOBO

Venda de vinis aumenta 14,2%, mais que álbuns digitais, nos EUA

Brasil segue a tendência de maior interesse do público comum, não só especialistas

Leonardo Lichote

RIO - Pesquisa recente da Nielsen/Billboard sobre o mercado fonográfico americano mostra que, no primeiro semestre de 2012, a venda de discos de vinil cresceu 14,2% em comparação com o mesmo período de 2011. Apenas os álbuns digitais (13,8%) chegaram perto dessa taxa — CDs tiveram uma queda de 11,3%. Ou seja, num mercado que, com o enfraquecimento dos velhos compact discs, parece apontar para um futuro apoiado na virtualidade de arquivos de computador, o vinil caminha para ser o meio físico que manterá os pés da música no mundo real. A curva ascendente do vinil vem de 2007. E o top 10 dos discos mais vendidos no formato nos Estados Unidos em 2011 mostra que a tendência vai além do saudosismo. Abaixo do clássico "Abbey Road", dos Beatles, a lista é tomada por artistas contemporâneos, como Fleet Foxes, Bon Iver, Radiohead, Wilco e Black Keys. Em 2012, até agora, o topo é de Jack White.

— Nos Estados Unidos, hoje, toda banda lança seus discos em CD e vinil (mesmo nomes voltados para o público adolescente, como Justin Bieber). Na (loja) Amoeba encontro qualquer lançamento contemporâneo em vinil — diz o empresário João Augusto, dono da Polysom, única fábrica de vinis da América Latina. — Existe um estrato que não aparece na pesquisa oficial americana, porque ela é feita nas lojas, e muitos encomendam seus discos das fábricas e vendem nos shows. Um levantamento feito nas fábricas mostra que o mercado de vinil pode ter sido de 10 milhões de unidades em 2011, em vez dos 3,9 milhões oficiais.

No Reino Unido — onde nasceu o Record Store Day, evento no qual, a cada ano, os vinis ganham mais importância —, as vendas de LPs tiveram em 2011 um crescimento de 43% em comparação com 2010. No Brasil, não há levantamentos precisos. Mas há indícios de que a recepção segue a tendência americana — ou seja, um aumento de interesse do público em geral, não apenas de especialistas. É cada vez mais comum o lançamento de artistas populares em vinil, como Ana Carolina, Maria Rita, Dinho Ouro Preto e Maria Gadú — para citar exemplos recém-saídos ou no forno. E há as reedições de clássicos.

Outro dado: o site Mercado Livre acaba de divulgar que a venda de vinis cresceu 30% no primeiro semestre de 2012, em comparação ao mesmo período de 2011, superando o número de DVDs e Blu-Rays.

Brasil sofre com tributação

A indústria fonográfica brasileira acompanha o movimento, mas de forma cautelosa.

— O vinil está no nosso radar, mas não temos estratégia montada para o formato — diz Bruno Batista, diretor artístico da Sony/BMG, que vê algumas etapas a serem vencidas antes que o mercado de vinis se assemelhe ao dos Estados Unidos. — Isso passa pelo número de vitrolas e, sobretudo, pelo preço final, alto, devido à tributação.

João Augusto conseguiu baixar o preço dos produtos da Polysom desde janeiro, quando mudou o sistema de tributação da empresa ("Já há reflexos nas vendas", diz). Mas ele ainda está bem acima do americano:

— A tributação nos EUA não passa de 10%, e a sofrida pela Polysom chegou a ser de 70%. Hoje, um vinil numa loja americana custa entre US\$ 15 e US\$ 25. No Brasil, estamos conseguindo por US\$ 30 e poucos.

O empresário defende que o vinil, em vez de um resquício do passado, é algo integrado ao mundo contemporâneo — ou seja, em vez de brigar com a internet, ele se fortalece com ela. Se o CD compete diretamente com o arquivo de música no campo digital, o vinil opera em outra esfera, a analógica, numa relação complementar:

— A maior fábrica americana diz que o melhor formato é vinil com download (popularizado no mercado americano).

URL: <http://glo.bo/NXbD2M>

Notícia publicada em 21/07/12 - 7h20 | Atualizada em 20/07/12 - 20h15 | Impressa em 07/02/13 - 10h01

07/02/13

A volta do vinil: Deckdisc lança quatro discos esta semana

O GLOBO

A volta do vinil: Deckdisc lança quatro discos esta semana

Marcella Sobral

RIO - Em 1998, quando a última grande gravadora brasileira encerrou a produção de discos de vinil, sobraram pouquíssimas fábricas, todas de fundo de quintal. Com o crescimento desenfreado do CD (que hoje, quem diria, é o condenado à morte da vez), elas foram perdendo fôlego e acabaram na bancarrota. A última a fechar as portas foi a Polysom, em Belford Roxo, que deixou de operar em outubro de 2007, após carregar durante anos o título de "única fábrica de vinis da América Latina".

Mas enquanto o mato crescia pelo terreno de 1.900 metros quadrados na Baixada, o vinil voltava a virar objeto de desejo entre apreciadores de música e colecionadores - basta dizer que, só nos Estados Unidos, as vendas em 2009 chegaram a 2,5 milhões de unidades. E João Augusto, dono da gravadora independente Deckdisc, se interessou em tocar o negócio. Depois de um ano de ajustes, a Polysom foi parar justamente nas mãos do sujeito que decretara o fim da produção em vinil dos títulos da EMI, em 1995, quando era vice-presidente da multinacional. Esta semana, o empresário bota na rua os quatro primeiros discos da nova formada - "Onde brilham os olhos seus", de Fernanda Takai; "Fome de tudo", da Nação Zumbi; "Cinema", do Cachorro Grande; e "Chiaroscuro", de Pitty, todos relançamentos da Deckdisc -, e não esconde o orgulho ao mostrar as crias da empreitada.

- Olha a estrutura do disco, tem peso, qualidade. Não está bonito? - pergunta, sabendo que qualquer resposta diferente de sim seria como tirar um doce da boca de uma criança.

Para que tudo isso funcionasse de forma competitiva, João investiu em mão de obra especializada - e foi buscar o que havia de melhor num mercado há muito desaquecido. Primeiro, contratou dois dos mais capacitados profissionais da área: o operador de caldeira José Rosa, de 60 anos, e o torneiro mecânico Nilton Rocha, de 62 anos. Ex-sócios da Polysom, que abriram em 1999, com máquinas compradas de antigas fábricas de grandes gravadoras, não havia ninguém mais indicado para tocar o negócio. Para completar a tropa de elite, foi recrutado o mecânico Sérgio Mortoni, de 53 anos, que estava aposentado. Juntos, os três somam mais de um século de experiência na indústria fonográfica, com passagens pelas fábricas de vinil das gravadoras mais importantes do país, como as extintas Polygram e CBS. O que seria um problema na hora de conseguir um lugar no mercado pesou a favor na hora da escolha.

- Aqui só tem coisa velha. As máquinas (dos anos 60), eu, seu Nilton, o José, o Sérgio - brinca João Augusto, que tem 53 anos.

Das mãos desses raros guardiões da arte de fazer vinil, a fábrica, aos poucos, voltou a existir. Hoje, os mais antigos servem de exemplo para os outros seis funcionários no prédio que tem capacidade para produzir até 28 mil LPs e 14 mil compactos por mês. Das oito prensas restantes - as outras foram sucateadas e vendidas por R\$ 0,10, o quilo -, três voltaram a funcionar depois de passar seis meses sendo reconstruídas. Um trabalho artesanal que só foi possível devido ao domínio das técnicas pelo grupo, e que exigiu paciência e muita criatividade, já que muitas peças do equipamento antigo não existem mais. Toda a reforma das máquinas foi feita à mão, sendo que alguns apetrechos precisaram ser criados ou adaptados pelos "rapazes".

- O que existia a gente restaurou. O que estava faltando, a gente teve que dar um jeito - diz Nilton, um Professor Pardal nato, que passa horas criando enghocas em seu torno mecânico. - Aqui eu nem sinto o tempo passar, volta e meia esqueço a hora do almoço. Quando a gente faz o que gosta é assim.

Leia esta matéria na íntegra na edição digital da Revista O Globo. Leia mais: Gravadoras procuram novos modelos para o negócio da música

Notícia publicada em 31/01/10 - 0h00 | Atualizada em 1/11/11 - 22h12 | Impressa em 07/02/13 - 09h59

07/02/13

O retorno dos bolachões - versaoimpresa - arte&lazer - Estadão

10:00 - 7 FEVEREIRO DE 2013

WEBMAIL

RECEBA O ESTADO EM: CASA EDIÇÃO DIGITAL RSS TWITTER CELULAR IPAD FACEBOOK FLICKR

ESTADÃO.COM.BR

BUSCAR

NOTÍCIAS POLÍTICA ECONOMIA ESPORTES LINK DIVIRTA-SE PME Opinião Acervo Rádio Eldorado ESPN Piauí

Classificados Local

São Paulo Brasil Internacional Saúde Ciência Educação Planeta Cultura Paesdar Allé Blogs Colunistas Vídeos Fotos Infográficos Tópicos Horóscopo

FRAUDE

Investigação
contra Mahfuz
Suíça está em
fase final

VIOLÊNCIA

SP tem 10
assassinatos
após morte de
policial

ESPORTES

Pato aprova 1º
jogo como
titular do
Corinthians

EDUCAÇÃO

Estudante eria
'robô-avata'
controlado a
distância

CARNAVAL 2013

Ainda dá para
achar fantasia
em sete escolas
de São Paulo

Você está em Notícias >

O retorno dos bolachões

Desta vez não é só saudosismo: o Interesse por discos de vinil cresce entre novos consumidores, gravadoras investem em lançamentos e fábrica reabre no Rio

28 de janeiro de 2009 | 0h 00

Notícia



A+ A-

Assine a Newsletter

Tweet 0

Enviar

Recomendar

Seja o primeiro de seus artigos a recomendar isso.

Lauro Lisboa Garcia - O Estado de S.Paulo

O CD está pela hora da morte, há tempos já se diz. Para quem gosta de música, porém, há boas novas no horizonte. Os velhos e amados discos de vinil, que fazem a alegria de colecionadores e roqueiros, estão de novo em alta no mercado. Mas desta vez o movimento não se restringe aos sebos, que têm se mantido em pé graças aos bolachões, e as novidades não vêm só dos Estados Unidos, onde as vendas subiram em 2008 (leia abaixo). Além dos lançamentos importados - disponíveis até em duas redes de livrarias, a Cultura e a Saraiva -, "um sonho realizável" está para se concretizar. A última fábrica de vinil no Brasil, a Polysom, que fechou as portas em outubro de 2008, vai reabrir sob nova administração. Quem assume as rédeas desta vez é o empresário João Augusto, presidente da gravadora independente Deckdisc.

Outro sinal de interesse nesse nicho parte da major Sony/BMG, que vai relançar, a partir de fevereiro, em CD e LP, 30 títulos de artistas de seu acervo, como Da Lama ao Caos (Chico Science & Nação Zumbi) e os homônimos álbuns de estreia de João Bosco e Vinícius Cantuária, para citar três do primeiro lote.

"A Polysom fechou por problemas de administração e é só essa questão que falta resolver. Nós nos interessamos pela fábrica e decidimos adquiri-la e colocar logo em funcionamento. Queremos já soltar os primeiros discos em abril", diz o experiente João Augusto, que já atuou na antiga Polygram, na EMI e na Abril Music. "Temos a colaboração dos antigos donos, que também trabalhavam com a gente, há uma grande corrente favorável." O projeto não é só dele, estão envolvidos outros profissionais com quem trabalha na Deckdisc. Um deles é o produtor Rafael Ramos, seu filho e um grande entusiasta do vinil.

A ideia básica, segundo João, é atender a indústria, não só do Brasil, mas de toda a América Latina, já que deve ser a única no continente. "Isso atinge potencialmente Argentina, Chile e Colômbia, mas basicamente o Brasil, para atender selos como Monstro, Baratos Afins e todo mundo dessa área. Por outro lado, tem as majors, que sempre encontram problemas quando seus artistas querem lançar LP, porque o processo de importação é muito lento. Temos o exemplo de Cê, de Caetano Veloso, que saiu muito depois do CD e foi até um êxito de vendas."

Na Europa e nos Estados Unidos é cada vez mais comum o lançamento do CD de artistas em evidência hoje também ter uma produção paralela em LP - caso de Amy Winehouse, Portishead, Beck e o citado Radiohead. Por aqui, o último a investir nos dois formatos foi Lenine, com Labiata, em 2008. O próximo será o Skank. A versão em LP do álbum mais recente da banda, Estandarte, sai entre março e abril pela Sony/BMG. O problema é que, como os discos são fabricados nos Estados Unidos, o bolachão chega ao consumidor brasileiro com valor de importado: em torno de R\$ 120.

Siga o @estadao no Twitter

Follow

Você curtiu isso.

+ COMENTADAS

- 01 PSD quer processar autor de livro sobre ...
- 02 Árabe critica governo de Obama, mas ...
- 03 Brasil vai ser 9º economia do mundo antes de ...
- 04 FGV: País tem queda de 7,26% no número de ...
- 05 Petrobrás perde posto de maior empresa de ...
- 06 Problemas de caixa da Petrobrás começam a ...
- 07 Petrobrás tem lucro de R\$ 21,1 bil em 2012, o ...
- 08 Fifa tenta arrar a Copa e duvida das ...
- 09 Tentar entender o que Menges quer no câmbio ...
- 10 Valor da Petrobrás cai ao menor nível desde ...

ARTHUR DAPIEVE

A forra do vinil

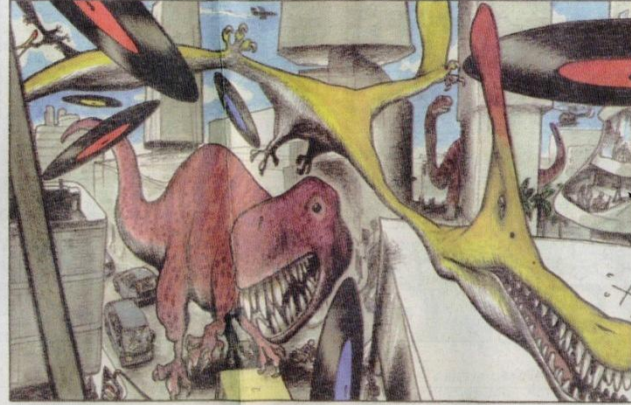
Com essa, a indústria não contava

Vão, crianças, a grande subversão na reprodução da música gravada não foi a popularização do MP3 ou outros arquivos digitais. O que a indústria fonográfica perde com downloads gratuitos é troco perto do que ela ainda ganha, sobretudo, ainda almeja ganhar com a música on-line. Ou alguém acha que a Apple, do iTunes, é uma instituição de caridade? Não, é capitalismo tão avançado que o capitalismo como estilo de vida livre. A grande subversão, então, foi a sobrevivência dos LPs.

Em isso, sim, a Indústria Cultural, o Sistema Mídia, a Grande Imprensa — ou qualquer outra dessas designações paranoicas — ubestimam a capacidade de o indivíduo escolher e pensar por si próprio — não via. Era para o CD ter transformado o LP em lacanto, sobrevivente das profundezas. Era o MP3 ter transformado o CD em Tisaurus Rex, outrora poderoso, hoje morpedra. A história, porém, não foi essa. O não preto está mais forte agora do que há vinte anos. E, suspeito, o disquinho usado também jamais irá desaparecer.

A pesquisa encomendada pela revista "Billboard" sobre o mercado fonográfico americano maior da Terra, revelou que no primeiro trimestre de 2012, a venda de discos de vinil caiu 14,2% em relação ao mesmo período do passado, contra um aumento de 13,8% de álbuns digitais e uma queda de 11,3% dos CDs. O capitalismo pode até já estar se reendo diante desses dados (afinal, a capacidade de adaptação é a chave de sua sobrevivência), mas o buraco da faca continua bem nas suas costas.

Em 1992, nem executivos nem consumidores casuais apostariam um centavo na sobrevivência do LP frente ao CD. Era suporte de produção, difícil de carregar, necessitando de cuidados e dependente de aparelhos de produção mais caros. Apenas os colecionadores e um ou outro comerciante intuíram a história não terminaria aí. Lembrou-me Rodrigo Passos, da Modern Sound, mostrando o "bunker" do subsolo onde haviam se refugiado os LPs. Ele acreditava que, cedo ou



tarde, aquilo constituiria um tesouro. Infelizmente, a sua clarividência não bastou para evitar o fechamento da loja.

Durante muito tempo, era quase impossível achar um lançamento musical feito também em vinil e, mais até, achar toca-discos e agulhas para reproduzir discos antigos. Quando meu aparelho quebrou, passei anos sem ter onde ouvir meus LPs — mas incapaz de me desfazer da maior parte deles, inclusive por razões sentimentais. Finalmente, decidi desembolsar uma quantia considerável por um Gradiente usado, comprado, claro, na saudosa Modern Sound. Embora (ainda?) não se encontrem toca-discos em redes de eletrodo-

mésticos do Brasil, hoje está mais fácil encontrá-los, bem como os novos álbuns em vinil. Haja vista uma matéria de capa recente na revista "Rio Show".

Como ou por quê, contra quase todos os prognósticos, o bolachão sobreviveu? Graças, certamente, aos colecionadores, que sustentaram as pequenas gravadoras que lançavam jóias de 180 ou até 220 gramas (o peso do disco influencia a qualidade do som). Acredito, entretanto, que quem salvou mesmo o LP foi a cultura dos DJs, com suas mesas e seus *scratches*. Assim como os árabes preservaram os clássicos gregos durante a Idade Média, foram os DJs que tomaram conta do vinil até a

sua renascença.

A pesquisa encomendada pela "Billboard" é nova, mas seu resultado não é nada surpreendente. Cinco anos atrás, quando a última fábrica de LPs do Brasil, a Polysom, estava fechando (seria comprada e reaberta por João Augusto, da Deckdisc), o resto do planeta já testemunhava o aumento do espaço destinado ao vinil nas lojas sobreviventes. Quando deixaram de ser um fenômeno apenas na Internet e chegaram ao primeiro disco, em 2006, os Arctic Monkeys espantaram os lojistas da sua Grã-Bretanha: "Whatever people say I am, that's what I'm not" vendeu mais como LP do que como CD.

Sinal de que o vinil não era só o fetiche de velhos nostálgicos ou o material de trabalho de profissionais da noite, mas também tinha apelo para jovens ouvintes em busca de uma relação diferente com a música. Pela má qualidade média dos arquivos digitais e pela disseminação dos tocadores, o MP3 praticamente exige a audição apressada, individual, com fones. Pela pressão sonora e pelo aparato necessário, o vinil pede, se não uma reunião de amigos, uma cerimônia caseira, vagarosa. Pôr um LP no prato e em menos de meia hora trocá-lo de lado implica prestar atenção no que se está a fazer. Ou seja, em nossos tempos corridos, era mesmo para o LP ter desaparecido.

No romance "Juliet, nua e crua" (2009), Nick Hornby escreveu que o MP3 guarda uma relação mais pura e poética com a música gravada, enfim libertada de lastros materiais. É uma visão interessante, embora, na prática, a maioria das pessoas use o arquivo digital como trilha sonora do cotidiano, a música de fundo da limpeza da casa ou da malhação. Além disso, um arquivo digital não se toca sozinho, sem a concreitude do iPod ou do computador. Certo, crianças, a praticidade do CD não raro também o tornava parte da paisagem, apesar de ele ainda ser imbatível para reproduzir a dinâmica da música clássica, por exemplo. Já o LP... Ele transforma a música no centro da vida.

E-mail: dapieve@oglobo.com.br