



## O resgate do vinil: Uma análise do mercado atual e dos coleccionadores na cidade do Rio de Janeiro

*The rescue of vinyl:  
An analysis of the current market and the  
collectors in the city of Rio de Janeiro*

**Débora Gauziski<sup>1</sup>**

**RESUMO** O presente trabalho tem o intuito de analisar a cultura dos colecionadores de discos de vinil da cidade do Rio de Janeiro na atualidade. Nesse artigo, exponho aspectos relacionados ao consumo de discos novos e usados, dentro de uma cultura da convergência (JENKINS, 2008). Também serão abordadas as questões do colecionismo, da materialidade do formato e os resultados da observação participante em locais relacionados ao vinil (bancas de rua e lojas) e das entrevistas com colecionadores e vendedores.

**PALAVRAS-CHAVE** Música; Vinil; Colecionismo; Materialidade

**ABSTRACT** This study aims to analyze the culture of vinyl records collectors in the city of Rio de Janeiro today. In this article, I expose aspects related to the consumption of new and used records, within a convergence culture (JENKINS, 2008). It's also discussed the issues of the collectionism, the materiality of the format and the results of the participant observation in locations related to vinyl trade (street stalls and shops) and the interviews with collectors and sellers.

**KEYWORDS** Music; Vinyl; Collectionism; Materiality

---

<sup>1</sup> Mestranda em Comunicação Social pela UERJ, com bolsa Capes. Especialista em Jornalismo Cultural pela UERJ. E-mail:deboragauziski@gmail.com



## INTRODUÇÃO

Os discos de vinil marcaram época na história da música gravada, pois foram eles que introduziram culturalmente o conceito de “álbum” e que possibilitaram o consumo musical massivo (De MARCHI, 2005). Nos anos 90, porém, a indústria fonográfica iniciou a substituição da venda dos “bolachões” pela de CDs (*compact discs*). A transição de formatos, entretanto, não foi imediata, já que o novo suporte era caro, e, por isso, não era acessível a todos os consumidores. Por alguns anos, o vinil e o CD conviveram nas prateleiras de lojas.

Com o barateamento dos *compact discs* e seus *players*, o vinil foi abandonado como um formato viável pelos produtores, bem como por muitos de seus colecionadores, que resolveram “modernizar” seus acervos musicais. Os LPs sobreviveram, então, dentro de um cenário alternativo de consumo, relacionado aos apaixonados pelo formato e a DJs.

No entanto, por volta de 2008, as imprensas brasileira e estrangeira<sup>2</sup> começaram a evidenciar um “retorno” dos discos de vinil, com constantes reportagens sobre o formato e seus adeptos. No Brasil, um acontecimento marcante foi a reativação da fábrica da Polysom, que voltou a produzir novos álbuns em vinil.

Este trabalho tem por motivação a investigação dos valores que fundamentam o consumo de discos de vinil na atualidade, com enfoque na cidade do Rio de Janeiro. No cenário carioca, há

2 No cenário norte-americano, o principal responsável pelo aumento das vendas foi o feriado simbólico Record Store Day, criado com o intuito de “salvar” as lojas de discos do país.

uma subcultura<sup>3</sup> voltada para este suporte fonográfico, desde os círculos de colecionadores até pontos que agregam esses aficionados, como sebos, lojas especializadas, feiras e festas.

Para pensar as questões relativas ao mercado de vinil hoje, utilizei, principalmente, os conceitos de cauda longa (ANDERSON, 2006) e cultura da convergência (JENKINS, 2008); de materialidade (GUMBRECHT, 2010) para analisar a relação entre as características materiais deste formato fonográfico (capas, encartes, qualidade sonora etc) e seu consumo; e de memória (LE GOFF, 2003; HALBWACHS, 2006), tomando as coleções de vinil como suportes mnemônicos.

Realizei entrevistas em profundidade, com duração aproximada de 1 hora e meia, a partir de um questionário com perguntas estruturadas e outras que foram surgindo no decorrer das conversas. As falas foram gravadas e analisadas posteriormente. Cabe ressaltar que para selecionar os colecionadores recorri ao método de pesquisa em rede de tipo “bola de neve” (*snowball*), técnica de amostragem que consiste na indicação de novos participantes pelos próprios entrevistados.

3 A ideia de subcultura trabalhada aqui é a apresentada por Thornton (2008). Em diálogo com o conceito de capital cultural de Pierre Bourdieu, Thornton (1996) utiliza o termo “capital subcultural” para descrever o conjunto de características que define determinados grupos sociais ligados ao universo da música *underground* britânica da década de 80. A pesquisadora propõe a seguinte comparação: “Assim como livros e pinturas revelam capital cultural em lares familiares, o capital subcultural é objetificado na forma de cortes de cabelo da moda e coleções de discos bem montadas” (p. 11, tradução nossa). Ela adverte, no entanto, que esse capital não pode ser comprado artificialmente, funcionando quase como algo naturalizado, pois inerente aos membros desses grupos.

O grupo entrevistado para essa pesquisa é composto por seis colecionadores de diferentes faixas etárias, tamanhos de coleção e regiões da cidade do Rio de Janeiro, que pode ser, de forma sucinta, assim descrito:

a. Eddie: faixa etária dos 35-40 anos, 500 discos, morador de Jacarepaguá (Zona Oeste) e músico da banda *The Mothers*.

b. Tuta: faixa etária dos 35-40 anos, aproximadamente 3 mil discos, morador de Santa Teresa (Centro) e DJ do coletivo *Vinil é Arte*.

c. Diego: 24 anos, cerca de 50 discos, morador de Guadalupe (Z. Norte) e mestrando em Filosofia (UERJ).

d. Guilherme: 21 anos, cerca de 50 discos, morador de Realengo (Z. Oeste) e estudante de Letras (UFRRJ).

e. Cynthia, 27 anos, cerca de 150 discos, moradora de Oswaldo Cruz (Z. Norte) e repórter de um canal de TV.

f. Camila: 26 anos, cerca de 50 discos, moradora de Jacarepaguá (Z. Oeste) e estudante de Belas Artes (UFRJ).

### O mercado de vinil

Hoje há dois segmentos relacionados ao mercado de vinil: o de discos usados e o de novos lançamentos (incluindo aqui as reedições de álbuns consagrados). O primeiro segue uma lógica mais alternativa, ligada ao ambiente contracultural das feiras, sebos e bancas em shows *underground*. Já o segundo está associado a lojas (que também podem vender discos antigos, como é o caso da Baratos da Ribeira) e vendas pela internet (gravadoras *indies* e lojas de departamento).

### Discos usados: bancas e sebos

O esquema de compra e venda de discos de segunda mão foi observado nos seguintes pontos: na região central da cidade, nas bancas de rua dos senhores Wilson (Praça Tiradentes) e Menezes (Travessa Pedro Lessa) e na loja Tropicália Discos.

O primeiro local que visitei foi uma banca de rua situada na Praça Tiradentes, cujo dono é um ex-colecionador de vinil chamado Wilson, que se mantém no ponto há cinco anos. O local me foi apresentado por Tuta, um dos entrevistados da pesquisa, que é cliente fixo. Nesse quiosque improvisado, os LPs são separados por gênero musical (MPB, rock/pop, jazz/erudita, fora uma miscelânea contendo exemplares em promoção a 3 reais) em caixotes de feira colocados na calçada. Segundo o vendedor, seu público é formado por pessoas de várias idades, da faixa dos 15 anos para cima.

O primeiro efeito que pôde ser notado na venda de rua é que surgem novos consumidores todo o tempo, pois a localização da banca permite que transeuntes possam encontrá-la ao acaso (alguns desses “desavisados”, inclusive, tornam-se compradores habituais). Por ser um ponto de alta rotatividade de pedestres, todo o tempo pessoas param para “garimpar” os discos nos caixotes, conferindo uma sociabilidade ao espaço.<sup>4</sup> Outros passantes que já conheçam o local também podem ser estimulados a fazer uma compra inesperada, ao serem surpreendidos por um álbum interessante quando

---

4 Para um detalhamento mais aprofundado sobre novas sociabilidades em espaços públicos, conferir o artigo “Territorialidades sônicas e resignificação de espaços do Rio de Janeiro” (HERSCHMANN e SANMARTIN, 2011).



estiverem a caminho do trabalho, por exemplo. Como os discos são expostos ao ar livre, não é preciso entrar em uma loja fechada, na qual geralmente se vai com a intenção de comprar.

A lógica desse tipo de comércio de rua também envolve promoções e pechincha. Wilson geralmente oferece descontos e brindes aos seus compradores (no meu caso, ao pegar um disco que custava 20 reais, ele se pronunciou, dizendo “*Tá muito caro, vou fazer por 15*”). Se o cliente também procura algum disco específico para sua coleção, Wilson sai à procura em sua rede de contatos. Pessoas que querem se desfazer de suas coleções também entram em contato com o vendedor, que compra os vinis para serem revendidos em sua banca.

Para Tuta, a informalidade e a “camaradagem” presentes nesse tipo de venda são pontos positivos que o levam a comprar sempre com Wilson. Quando fomos ao local, ele disse ao vendedor que estava sem dinheiro para adquirir mais um disco e perguntou se poderia separá-lo para que ele voltasse mais tarde com a quantia. Wilson respondeu que Tuta poderia pegar e pagar quando pudesse, o que revela uma relação de confiança com a clientela.

Outro estabelecimento bastante conhecido nos círculos de colecionadores cariocas é o Tropicália Discos, local que me foi recomendado pelo entrevistado Eddie. A loja fica situada em um prédio na Praça Olavo Bilac (Mercado das Flores), no Centro. Lá, são vendidos discos novos e usados (a maior parte do acervo), dos mais variados preços – porém, é válido ressaltar que os valores são mais elevados que de bancas de rua. Segundo Bruno, um dos dois donos-funcionários, a Tropicália existe há 9 anos e nunca deixou de ter movi-

mento; ao contrário, só tem crescido a cada dia. Hoje, de acordo com ele, há colecionadores cada vez mais jovens (na faixa dos 14 anos) e também muitos “ex-vinileiros”, que acabaram se arrependendo de terem se desfeito de seus discos e voltaram a colecionar.

Bruno diz que nunca pensou em deixar de vender vinil, mesmo quando foi anunciado o “fim” do formato. Foi justamente a clientela fixa que ajudou a manter a loja durante essa época. A Tropicália Discos mantém relações com lojas do ramo de todo o mundo, para realização de compras para o acervo e, especialmente, escambos: “Por exemplo, a gente quer um disco do [Frank] Zappa, eles [os estabelecimentos estrangeiros], um do Jorge Ben, aí acontece a troca”, revela o vendedor.

O que pude perceber é que a Tropicália Discos funciona como um ponto de encontro para os adoradores do vinil. O horário de funcionamento (das 11h às 20h, ficando aberta até tarde quando há mais movimento) mostra que a loja tenta agregar diversos públicos, como os clientes que saem tarde do trabalho. Os consumidores da loja acabam virando amigos pessoais de Bruno, segundo o próprio.

Também visitei a travessa da Pedro Lessa, outra referência no consumo de vinil na cidade, que foi sugerida pelos entrevistados Tuta e Diego. Esse local fica em frente à Praça da Cinelândia e há diversos estandes com discos de vinil à venda. Lá, conheci um vendedor chamado Menezes, que, segundo o próprio, é o mais antigo no local. Ele é dono de quatro bancas, que fecham às 20h, mais tarde que as de seus concorrentes.

Por estar localizada em um ponto de passagem de pedestres que é próximo a diversas empresas,

há bastante movimento. Pude observar um executivo pedindo dicas ao vendedor, pois queria começar uma coleção de discos e não entendia do assunto.

O tipo de venda de Menezes é similar ao de Wilson, citado anteriormente. Entretanto, sua banca parece mais organizada e com menos exemplares. Os discos são separados por preços, que variam de 15 a 35 reais, aproximadamente. Algo que pude notar é que a negociação por descontos só ocorre quando se compra mais de um exemplar, pois o vendedor só me fez uma promoção quando decidi levar dois LPs. Quando os discos estão mal conservados ou com arranhões, Menezes defende sua mercadoria, dizendo que o exemplar é raro e que “*tá arranhado, mas vai tocar*”. O vendedor tenta, então, fazer seus consumidores relevarem os eventuais defeitos dos itens, enfatizando outras qualidades – algo típico, aliás, do comércio de rua em camelôs.

Nas bancas de rua é comum encontrar LPs em péssimo estado à venda. Entretanto, a diferença para outros tipos de venda é a possibilidade de negociar o preço. Na Tropicália Discos, os vinis usados sendo vendidos passavam por uma seleção minuciosa, detida ao estado e qualidade dos exemplares – e, por esse motivo, os preços eram um pouco mais elevados.

### **Discos novos: lojas e seletividade**

Em relação às novas produções em vinil, percebe-se que diversos artistas da atualidade vêm adotando o suporte como uma das formas de comercialização de seus álbuns, como é o caso de Criolo, Tulipa Ruiz e Bixiga70. Esses LPs são vendidos dentro de uma lógica de complementaridade às versões em CD e formato digital (MP3, FLAC etc),

já que o custo da produção é mais elevado<sup>5</sup> do que o dos suportes mencionados anteriormente. Embora esse aspecto acabe se refletindo no valor final do produto, a barreira monetária não parece oferecer um impedimento à compra, pois as edições, em geral, esgotam-se rapidamente. Um recente caso de sucesso nas vendas brasileiras foi o lançamento da discografia da banda carioca Los Hermanos, em um box especial contendo 5 discos de vinil, pelo alto preço de 400 reais.<sup>6</sup>

Observei esse tipo de comercialização na loja Arlequim, localizada na Praça XV. Apesar de ter produtos diversificados à venda – contando com seções de livros, revistas, DVDs e até mesmo um café –, o foco do estabelecimento em questão é a venda de CDs, que ocupam a maior parte das prateleiras. Os vinis estavam em duas caixas de madeira num espaço entre as prateleiras dos CDs, contendo aproximadamente 50 discos. A primeira constatação que pude fazer foi que o preço dos exemplares era bem elevado (poucos ali custavam menos de 100 reais), o que mostra que o público consumidor se insere em uma faixa de renda mais alta.

Outro aspecto é que não havia vinis usados sendo vendidos, somente novos – importados ou, no caso dos nacionais, novas edições e reedições lançadas pela Polysom. Quanto aos gêneros musicais, pude perceber que a maioria dos LPs era de jazz (gravações raras, inclusive) e MPB, havendo também alguns exemplares de rock. Um dado re-

---

5 No site da Polysom é possível fazer um orçamento. Mais informações na sessão “monte seu vinil”, no endereço: <<http://www.polysom.com.br/>>.

6 “Discografia em vinil do Los Hermanos ganha nova tiragem”, disponível em: <<http://rollingstone.com.br/noticia/discografia-completa-de-findelos-hermanos-e-prensada-em-vinil/>>. Acesso em: 19 jul. 2012.



levante é que também é possível adquirir LPs através do site da Arlequim, havendo então a opção de seus consumidores comprarem pela internet um produto de interesse que viram no interior da loja. Além disso, também é oferecido o serviço de buscas de raridades nacionais, internacionais e selos independentes.

Essa característica da diferença de preço entre vinis novos e usados é um dado que merece destaque, uma vez que revela dois tipos diferenciados de consumo – com a ressalva de que há entre eles uma interseção composta por compradores que adquirem ambos, como é o caso de Tuta. Os preços mais módicos dos discos encontrados em bancas e feiras da cidade são atrativos para o público dos pequenos e médios compradores mais jovens (os entrevistados Diego e Camila, por exemplo), que possuem menor poder aquisitivo.

O preço foi considerado um aspecto relevante por todos os entrevistados. Eles demonstraram interesse em comprar lançamentos de bandas novas em LP, no entanto, o alto custo foi mencionado como um impedimento. Com exceção de Tuta, que é DJ e precisa sempre “tocar alguma coisa nova na pista”, os outros colecionadores não costumam comprar discos novos.

Ainda é válido destacar que discos fora de catálogo têm um valor elevado, devido a uma lógica de raridade que adquirem na trama mercadológica.<sup>7</sup> Quanto mais antiga a edição e menor número de

7 Uma informação que ilustra essa fetichização foi a venda de um álbum raro dos Sex Pistols em vinil - que possui apenas duas cópias no mundo - em um leilão recente pelo valor aproximado de 20 mil dólares. Notícia disponível em: <<http://musica.uol.com.br/noticias/redacao/2012/06/11/vinil-raro-do-sex-pistols-e-vendido-por-quase-us-20-mil-em-leilao-virtual.htm>>. Acesso em: 14 jul. 2012.

cópias produzidas na prensagem (especialmente no caso da primeira), mais caro é um disco, adquirindo um aspecto “aurático” (Cf. BENJAMIN, 1994). Esse julgamento de valor também vale para caixas especiais limitadas, que além das discografias em vinil também podem conter as versões em CD, catálogos com informações, pôsteres etc. Nesse caso, percebe-se que a maior parte dessas produções se dedica a artistas consagrados como Pink Floyd e Beatles, cujos fãs geralmente são mais velhos e, por terem, a princípio, maior poder aquisitivo, estão dispostos a pagar valores mais altos por uma experiência diferenciada de suas músicas favoritas.

### Consumindo vinil na cultura da convergência

A cultura da convergência (JENKINS, 2008) é constituída de uma série de transformações tecnológicas, mercadológicas, culturais e sociais que dão origem a um novo cenário em que novas e velhas mídias colidem e se cruzam, estabelecendo novos papéis entre consumidores e produtores. No plano tecnológico dos artefatos, a convergência é a agregação de várias funções dentro de um mesmo aparelho.

Fazendo-se um paralelo com as novas vitrolas lançadas atualmente, pode-se perceber que estas possuem diversas outras funções embutidas, como entrada USB, dock para iPod, leitor de CD e rádio, o que leva a pensar que a indústria visa a atender todas as demandas mercadológicas, já que o público não consome exclusivamente vinil. Até mesmo os boxes especiais de artistas, que contêm os mesmos álbuns em CD e vinil, revelam diferentes tipos de fruição da música relacionados a cada suporte.

Outra característica que merece destaque é que esses aparelhos genéricos coexistem com dispositivos especializados – ou seja, que apenas reproduzem vinil. Esse fator vai ao encontro daquilo que Jenkins (2008, p. 40) prevê em sua análise, quando aponta a existência de uma “falácia da caixa preta” entre alguns teóricos da tecnologia, quando propõem que a tendência futura é que os conteúdos sejam veiculados a partir de um único aparelho, que concentraria funções. No entanto, esse pensamento “reduz a transformação dos meios de comunicação a uma transformação tecnológica, e deixa de lado os níveis culturais”.

Ao longo da história tecnológica, como observa o autor, meios antigos e emergentes foram forçados a conviver, como foi o caso da possibilidade do som gravado, que originou novos meios de gravação, reprodução sonora e consumo musical. Ele conclui, então, que “velhos meios de comunicação não estão sendo substituídos. Mais propriamente, suas funções e status estão sendo transformados pela introdução de novas tecnologias” (Ibid., p. 39-40).

Outra associação possível do fenômeno pode ser feita com base no conceito de remediação, proposto por Bolter e Grusin (2000), segundo o qual novos meios atuam sempre em relação aos anteriores, dialogando e se apropriando destes a partir de uma lógica de conservação e ruptura. Nessa trama, há espaço para as funções originais dos artefatos culturais, pensadas originalmente pelos fabricantes/produtores, e para novos fazeres e formas de consumo, fruto das experimentações por parte dos consumidores/usuários.

Esse paradigma pode ser relacionado à produção de vinil nos dias atuais, já que esta revela a

apropriação de uma tendência social e cultural – um modo alternativo de escuta musical – pela lógica industrial. Pode-se assim traçar um paralelo à ideia de “cauda longa”, proposta por Anderson (2006), de acordo com a qual novos fazeres não eliminam práticas antigas, mas coexistem com estas.

Embora sempre tenha existido uma multiplicidade de gostos pessoais, mesmo dentro de uma lógica “massiva”, hoje a indústria passou a dar uma atenção muito maior a eles, operando também em função de demandas e interesses de consumidores de nicho. De acordo com essa lógica, hoje há espaço para diversos modos de produção e consumo: “A mudança do genérico para o específico não significa o fim da atual estrutura de poder [...], trata-se apenas do reequilíbrio da equação, uma evolução de uma era ‘ou’, de hits ou nichos (cultura dominante VS. subculturas) para uma era ‘e’” (Ibid., p. 180).

Nesse sentido, pude perceber que as coleções dos entrevistados, no que se refere a gêneros musicais são bem variadas e abrangentes, indo do rock ao clássico, do nacional ao internacional. Eles buscam diversas fontes e ouvem música em diversos suportes (a maioria além de apreciá-la em vinil, também “baixa” MP3 e ouve CD<sup>8</sup>), tendo prazer em realizar uma pesquisa musical por conta própria.

Cabe salientar aqui que muitos colecionadores compram em LP os álbuns que escutaram antes em CD ou MP3, e por isso já têm noção se “valem a pena” ou não. Apesar de dificilmente um colecionador com baixo orçamento pagar caro por um

---

8 Esses foram os formatos mais mencionados. Nenhum entrevistado relatou, por exemplo, escutar fitas cassetes.



álbum em vinil a respeito do qual nada sabia, as “aparições inesperadas” na “garimpagem” de discos são valorizadas na cultura do vinil. Os entrevistados Camila e Diego as destacaram-nas:

Eu gosto de passear e encontrar sem querer. Você fica até mais feliz. É diferente de ir a uma feira, em que você já vai com a expectativa. (Camila)

O legal do vinil é que você não vai numa loja sabendo que vai encontrar aquele tipo de som, de banda. Você vai passando vinil por vinil e acaba encontrando algo que você não esperava. (Diego)

### A materialidade do vinil

Para refletir sobre os aspectos materiais dos suportes fonográficos, me utilizo da teoria da materialidade, proposta por Gumbrecht (2010). O teórico alemão alega que o sentido (hermenêutica) não pode ser separado da sua dimensão material (“coisas do mundo” ou objetos disponíveis “em presença”), fazendo uma crítica ao conceito disseminado nas ciências humanas de que a comunicação é predominantemente “sentido”: “Nosso fascínio fundamental surgiu da questão de saber como os diferentes meios – as diferentes ‘materialidades’ – de comunicação afetariam o sentido que transportavam. Já não acreditávamos que um complexo de sentido pudesse estar separado de sua medialidade” (Ibid., p. 32). A proposta do autor, entretanto, não é a de renegar o campo da interpretação, mas, sim, apontar que o âmbito da materialidade não é “alcançável” pelo mesmo. Apesar dessa consideração, “a materialidade e o sentido desenvolvido a partir dela são considerados inseparáveis” (HANKE, 2006, p. 221).

Quando aplicado ao consumo musical, esse pensamento permite a reflexão acerca das diferenciadas experiências que se pode ter a partir de cada mídia/artefato, além dos impactos produzidos por estas na materialidade dos corpos humanos. Sterne (2003) apresenta a ideia de que as tecnologias sonoras também produzem afetações sensoriais nos indivíduos.

As especificidades técnicas de cada suporte fonográfico também influenciam na produção musical de uma época. Foi a limitação material do disco de 78 rpm, por exemplo, que deu origem ao formato-canção de 3 minutos, de certa forma seguido até hoje pelos sucessos da música pop, conforme apresentado por Paiva (2012). Ou seja, um aspecto físico próprio da materialidade de uma mídia condicionou o padrão na criação artística e veiculação musical, e também o cultural, da escuta.

Entretanto, os artefatos sonoros também têm suas limitações. No caso do vinil, o que pode prejudicar e até impossibilitar a sua escuta são arranhões no disco e agulhas de procedência ruim nos toca-discos. Sá (2009) observa que, mesmo na atualidade, o consumo de música não dispensaria a materialidade dos suportes e formatos. Segundo a pesquisadora, até mesmo essas limitações materiais – no caso do vinil, o ruído da agulha – fariam parte de um prazer específico de cada forma de fruição. Para o colecionador Diego, os cuidados que o suporte demanda produzem uma relação ainda maior de afetividade com eles:

O vinil requisita um zelo muito maior. Por isso, a relação que você estabelece com o objeto também é maior, porque você precisa limpar, deixar arejar, tomar cuidado como você dispõe os vinis. Isso acaba aumentando ainda mais a

relação que você tem com ele. Não só o lado afetivo, pelo modo como você se relaciona com a música que está ali, mas pelo próprio aspecto material e o cuidado que aquilo requisita.

Outra questão interessante é que aspectos estéticos, como a cor do disco<sup>9</sup> e sua forma geométrica,<sup>10</sup> que não refletem diretamente na qualidade sonora do vinil, influenciam em seu consumo, já que geram curiosidade e, conseqüentemente, auxiliam na promoção de determinados álbuns.

A seguir, destaco dois pontos referentes à materialidade do vinil que foram enfatizados pelo grupo de entrevistados: a superioridade sonora em relação a outros formatos e as capas.

### Capas e encartes

O tamanho das capas e encartes dos vinis são um dos atrativos para os colecionadores. Embora possam ser criados encartes criativos para CDs, é bastante perceptível a diferença de tamanho quando comparados aos dos vinis. Por serem maiores, ficava mais fácil ler as informações e letras, além de proporcionarem uma diferente experiência táctil.<sup>11</sup> No caso da música digital, essa dimensão material das capas e encartes foi praticamente perdida, pois se limita a versões miniatu-

rizadas que aparecem nas telas de tocadores de MP3 e a livretos em PDF.

Todos os entrevistados pela pesquisa citaram as capas dos discos como um aspecto que consideram um atrativo no suporte. Para Camila e Diego, as capas são mais bonitas e bem acabadas. Eddie se referiu às mesmas como “pequenas obras de arte”, alegando que há uma superioridade em relação às dos CDs (“por mais que façam capinhas de papel caprichadas, não é a mesma coisa”). Tuta também destaca o formato grande como um diferencial, que torna mais fácil a leitura das informações (“O vinil é uma arte. O CD deveria vir com uma lupa, pra você poder ler os créditos. Aqui, não... Tá tudo, a ficha técnica.”). Quando perguntei a Cynthia sobre sua paixão pelas capas de vinil, ela a sintetizou no seguinte trecho: “Acho que nada mais é que o tamanho mesmo. O vinil é obviamente maior, e tem essa coisa de parecer um quadro. De dar vontade de emoldurar, sabe? É uma arte ampliada mesmo. Eu faria isso com vários discos, se eu tivesse dois de cada, pra não estragar”. Interessante destacar que esses três colecionadores usaram o termo “arte” para se referir ao formato.

### Modos de escuta

De acordo com os entrevistados, o vinil proporciona uma escuta mais linear da música. Isso ocorre pelas próprias questões materiais do formato, do lado A e B do disco, que demandam que o ouvinte manipule o suporte.<sup>12</sup> Passar as faixas também

---

9 Além dos tradicionais, na cor preta, os vinis também podem ser coloridos.

10 Não obrigatoriamente os vinis têm formato circular. O grupo curitibano Cansei de Ser Sexy, por exemplo, lançou um disco no formato quadrado.

11 Na emblemática capa da versão em vinil do álbum *Sticky Fingers* dos Rolling Stones, por exemplo, a braguilha da calça jeans possui um zíper real, que pode ser manipulado, diferente da mesma capa em formato CD.

---

12 Era comum, nas décadas de 80 e 90, lendas urbanas relacionadas a mensagens “secretas” gravadas nas faixas, possíveis de serem ouvidas quando se tocava o disco em modo reverso. Sabendo disso, alguns artistas passaram a fazê-lo propositalmente. Esse aspecto curioso mostra que os usuários encon-



é um processo que não é tão prático quanto num CD ou mp3 player, em que basta apertar um botão. No entanto, no caso de Diego, foi justamente esse fator que o levou a querer experimentar o vinil, pois sentia falta de uma experiência de imersão na música, já que não conseguia “se concentrar” quando a escutava no computador:

Eu tive a ideia de comprar discos pra experimentar como era essa sensação, como era o som do vinil. Quando você coloca [o vinil] no toca-discos, ele requisita que você esteja ali ouvindo. É um hábito que criei até com MP3: na rua, ouço na íntegra. Mas, em casa, tenho a oportunidade de ter um espacinho apropriado para aquele tipo de sonoridade.

Apesar de Cynthia ainda comprar CDs e ter o hábito de baixar mp3, a entrevistada diz que o disco proporciona uma experiência diferenciada, que me pareceu uma idealização do formato: “Sempre ouço [na íntegra]. O lance do disco é justamente esse. Quando tu *coloca*, tu *ouve* de verdade, sabe. Às vezes quando tu *coloca* um mp3 e fica no PC fazendo besteira na internet e ignora a música, muitas vezes”.

Todos consomem outros formatos (CD e música digital). Somente Eddie não baixa música na internet, mas não por uma questão de resistência ou preconceito, e, sim, porque não consegue “se entender com essas tecnologias”.

De modo geral, os entrevistados consideram o vinil superior a outros suportes, embora não consigam explicitar claramente os motivos de sua afeição por este. Guilherme o considera “mais interessante”. Eddie também acredita que o forma-

---

tram novas possibilidades para as tecnologias, além de suas funcionalidades originais, que depois acabam sendo incorporadas pela indústria.

to é “um pouquinho” melhor, no entanto, não se estende muito sobre o assunto (“Eu prefiro [vinil], mas não endeuo, não”). O único a explicar melhor porque prefere o suporte foi Tuta, que avaliou o som como melhor que o do MP3, baseado em sua experiência como DJ em festas, já que ao tocar vinil “sobra grave, sobra tudo” (ele explicou que os graves são mais perceptíveis).

### **Coleções musicais como suportes mnemônicos**

O ato de colecionar é um desejo de preservar memórias através de determinados objetos, que funcionam como suportes mnemônicos. Conforme aponta Le Goff (2003), a preservação da memória é essencial tanto à identidade individual como para a coletiva, pois é nela que se fortalece a história. Entretanto, percebe-se que a indústria e os produtores culturais se aproveitam desse status da memória nas sociedades contemporâneas, comercializando-a.

No caso do vinil, o mercado soube aproveitar essa “onda retrô” para lucrar com sua venda (no caso dos novos discos produzidos). O entrevistado Diego admite que buscou o vinil não pela qualidade, mas por seu aspecto *vintage*. Da mesma forma, Camila assume que “é mais um fetiche, um gosto pelo antigo”. Já os colecionadores mais velhos dentre os entrevistados não apresentaram essa percepção. Eddie considerou esse ruído presente na escuta indiferente (“seria até melhor se não tivesse”).

Outra questão que também sobressaiu nas entrevistas é que as coleções podem se relacionar a uma questão mnemônica familiar, quando passam de geração para geração. Apesar de não se mostrar nostálgico em relação ao vinil, Tuta ponderou

que parte de sua admiração pelo formato é reflexo de ter crescido em meio a ele e vivenciado momentos associados, como os almoços dominicais em que toda a sua família se reunia para escutar música (grande parte de sua coleção foi herdada de seu pai). Guilherme, o colecionador mais jovem, que começou sua coleção com os discos herdados do avô.

Pode-se dizer também que o colecionismo de vinil se dá em uma coletividade, havendo circulação de informações entre seus adeptos, tanto em relação a dados sobre determinados discos como histórias pessoais de outros colecionadores (compras de exemplares raros, por exemplo). Assim, as memórias individuais circulam, compondo uma memória coletiva (Cf. HALBWACHS, 2006) que é partilhada pelo público. Conclui-se, então, que o passado está sempre em movimento, sendo reconstruído todo o tempo e exercendo um papel essencial na maneira como os indivíduos se relacionam com o presente.

### Considerações finais

O vinil como artefato cultural se insere em um conjunto de relações sociais e materiais. Mesmo quando sua produção foi descontinuada pela indústria, este suporte fonográfico permaneceu dentro de uma lógica alternativa de consumo, sendo encontrado em feiras e sebos de discos usados – um tipo de mercado que ainda permanece, conforme foi apresentado aqui. Atualmente, no entanto, essa tendência foi adaptada para uma lógica mercantil de nicho (ANDERSON, 2006), com comercialização de novos discos a preços elevados.

Embora não se possa afirmar que hoje esteja ocorrendo uma revalorização do suporte fonográfico, percebe-se que a experiência musical não se encontra dissociada da materialidade (SÁ, 2006; 2009). Essa questão material dos discos de vinil é um dos motivos que sustentam o seu consumo. As grandes capas e encartes, que permitem melhor visualização das informações e imagens, e outras características, como cores e formato dos discos, que não influem diretamente na escuta musical também influem na compra de um LP. Até mesmo as “limitações” desta mídia, como o eventual ruído na reprodução, podem ser um atrativo para determinado público – no caso, os entrevistados mais jovens, que alegaram que esse aspecto remeteria a um passado na história musical.

Aponto então, que os meios são espaços de negociação através dos quais são propiciados diferentes tipos de experiência cultural. É possível perceber que nos dias atuais há espaço para as mais variadas experiências materiais, sendo elas proporcionadas por meio das funções próprias dos objetos ou da experimentação feita com eles por seus usuários. Diferentes modos de escuta são proporcionados por diferentes tipos de suportes. Sendo assim, o consumo de música varia de pessoa para pessoa, já que cada uma delas possui diferentes percepções dos artefatos técnicos, influenciadas por suas diferentes vivências, gostos pessoais e cabedal cultural. O consumo de vinil se baseia, então, tanto em uma questão relacionada à sua materialidade (questões estéticas, modo linear de escuta e sonoridade); à idealização do formato enquanto objeto “retrô”, um juízo de valor típico da cultura contemporânea; e a um desejo de consumo



diferenciado, menos “padronizado” e que demanda dedicação na “garimpagem” pelos álbuns.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ANDERSON, Chris. A cauda longa: do mercado de massa para o mercado de nicho. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.

BENJAMIN, Walter. Magia e técnica, arte e política: ensaios sobre literatura e história da cultura. São Paulo: Brasiliense, 1994.

BOLTER, J; GRUISIN, D. Remediation: Understanding New Media. EUA, MIT Press, 2000.

DE MARCHI, Leonardo. A Angústia do Formato: uma História dos Formatos Fonográficos. E-Compós (Brasília), Internet, v. 2, p. 1-19, 2005.

GUMBRECHT, Hans. Produção de presença: o que o sentido não consegue transmitir. Rio de Janeiro: Ed. PUC-Rio, 2010.

HALBWACHS, Maurice. A memória coletiva. São Paulo: Centauro, 2006.

HANKE, Michael. Materialidade da Comunicação - um conceito para a Ciência da Comunicação? Contracampo (Niterói), n. 14, p. 215-222, 2006.

HERSCHMANN, Michael; SANMARTIN, Cintia. Territorialidades sônicas e re-significação de espaços do Rio de Janeiro. Logos, 2011, n. 2, v.18, 2012.

JENKINS, Henry. Cultura da convergência. São Paulo: Aleph, 2008.

LE GOFF, Jacques. História e memória. Campinas: Editora da UNICAMP, 2003.

PAIVA, Eduardo. Música e tecnologia, do vinil ao MP3. Contemporânea (Salvador), n.1, v. 10, p. 80-98, 2012.

ROLLING STONE. Discografia em vinil do Los Hermanos ganha nova tiragem. Rolling Stone, São Paulo, 26 mai. 2012. Online. Disponível em: <<http://rollingstone.com.br/noticia/discografia-completa-de-finde-los-hermanos-e-prensada-em-vinil/>>.

SÁ, Simone Pereira. A música na era de suas tecnologias de reprodução. E-Compós (Brasília), v.6, p. 1-19, 2006.

\_\_\_\_\_. O CD Morreu? Viva o vinil! In: PERPETUO, Irineu; SILVEIRA, Sérgio (org.) O futuro da música depois da morte do CD. São Paulo: Momento Editorial, 2009.

STERNE, Jonathan. The Audible Past: Cultural Origins of Sound Reproduction. Durham & London. Duke University Press, 2003.

THORNTON, Sarah. Club Cultures. Hannover: Wesleyan University Press, 1996.

UOL. Vinil raro do Sex Pistols é vendido por quase US\$ 20 mil em leilão virtual. UOL, São Paulo, 11 jun. 2012. Online. Disponível em: <<http://musica.uol.com.br/noticias/redacao/2012/06/11/vinil-raro-do-sex-pistols-e-vendido-por-quase-us-20-mil-em-leilao-virtual.htm>>.

**O resgate do vinil: Uma análise do mercado atual e dos colecionadores na cidade do Rio de Janeiro**

Débora Gauziski

Data do Envio: 08 de abril de 2013.

Data do aceite: 18 de junho de 2013.

