



UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO
CENTRO DE ARTES E COMUNICAÇÃO
DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL
CURSO DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA

RAFAEL DIAS DE OLIVEIRA

O PESO DA MÚSICA NAS MÃOS:
UM ESTUDO SOBRE COLECIONADORES DE VINIL EM RECIFE

Recife
2024



UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO
CENTRO DE ARTES E COMUNICAÇÃO
DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL
CURSO DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA

RAFAEL DIAS DE OLIVEIRA

O PESO DA MÚSICA NAS MÃOS:
UM ESTUDO SOBRE COLECIONADORES DE VINIL EM RECIFE

TCC apresentado ao curso de Publicidade e Propaganda
da Universidade Federal de Pernambuco para obtenção do
título de bacharel em Publicidade e Propaganda.
Orientador: Dr. Rogério Luiz Covalleski

Recife
2024

Ficha de identificação da obra elaborada pelo autor,
através do programa de geração automática do SIB/UFPE

Dias de Oliveira, Rafael.

O Peso da Música nas Mãos: Um Estudo Sobre Colecionadores de Vinil em Recife / Rafael Dias de Oliveira. - Recife, 2024.

73 p. : il.

Orientador(a): Rogério Luiz Covaleski

Coorientador(a): Karla Patriota

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) - Universidade Federal de

Pernambuco, Centro de Artes e Comunicação, Publicidade e Propaganda - Bacharelado, 2024.

Inclui referências, apêndices.

1. Tendências de Consumo. 2. Colecionismo. 3. História de Consumo. 4. Discos de Vinil. I. Luiz Covaleski, Rogério. (Orientação). II. Patriota, Karla. (Coorientação). IV. Título.

380 CDD (22.ed.)

RAFAEL DIAS DE OLIVEIRA

O PESO DA MÚSICA NAS MÃOS:
UM ESTUDO SOBRE COLECIONADORES DE VINIL EM RECIFE

TCC apresentado ao curso de Publicidade e
Propaganda da Universidade Federal
Pernambuco para obtenção do título de bacharel
em Comunicação Social, com habilitação em
Publicidade e Propaganda.
Orientador: Dr. Rogério Luiz Covaleski

Aprovado em: 09/10/2024

BANCA EXAMINADORA

Prof. Dr. Rogério Luiz Covaleski
Universidade Federal de Pernambuco

Prof. Dr. André Vicente Vouga
Universidade Federal de Pernambuco

Taise Roberta Figueirôa
Coordenadora de Planejamento, Agência BG9

AGRADECIMENTOS

A Juliana, mesmo a um oceano de distância, está sempre comigo;

A Viviane, sem ela essa jornada teria sido infinitamente mais complicada e talvez nem terminasse agora;

Tenho eterna gratidão aos meus pais que apoiaram uma mudança de curso para uma área que ninguém acreditava que eu iria me encaixar;

Agradeço também aos meus amigos, Isadora, Pedro, Alexandre, Danilo e Isaac pelas conversas sobre rumo de vida e diversos desabafos;

Agradeço a Alice, Daniel, André, Pietro, Rômulo, Mariana, Ana, Lucas, Darlyson e Pedro Jorge por alegrarem as madrugadas e manhãs de corrida;

A Hans e Jorge por terem sido os melhores padrinhos que eu poderia ter no começo da vida profissional;

Agradeço também aos amigos e colegas da BG9, onde iniciei minha caminhada no mercado de trabalho, em especial Ise, Nara, Philipe, Heitor, Brenda, Clara, Jane e Nane;

Aos amigos que fiz no curso, Carine, Ísis, Vinícius, Ariano, Matheus e Thalyson, sou grato por deixarem o dia a dia menos abrasivo;

Principalmente, agradeço à Lêda, por me inspirar todo dia;

Tenho muita gratidão pela ajuda que recebi ao longo do caminho, principalmente de Silvana e Márcio da secretaria do DCOM;

Por fim, agradeço aos professores do DCOM por todo o conhecimento e orientação, fundamentais para a realização deste trabalho e minha formação como profissional, especialmente André, Cecília, Karla e Rogério.

RESUMO

Este trabalho tem como objetivo principal analisar as motivações subjetivas e objetivas dos colecionadores de discos de vinil na cidade do Recife, Pernambuco. A pesquisa aborda a história do consumo de vinil, explorando sua evolução e o atual cenário no Brasil e no mundo. Através de uma revisão bibliográfica e da aplicação de entrevistas e questionários, buscou-se entender as tendências de consumo do colecionador recifense e compreender os fatores emocionais, culturais e econômicos que influenciam a continuidade desse hábito. Além disso, o estudo investiga a relação entre o colecionismo de vinil e a nostalgia, assim como os rituais de consumo que permeiam essa prática. O ressurgimento global do vinil, em um contexto dominado pelo consumo digital de música, também é analisado, destacando o crescimento do mercado e as especificidades do cenário brasileiro. A partir desses aspectos, o trabalho pretende contribuir para uma compreensão mais ampla do mercado de consumo analógico e de como ele se conecta com questões identitárias e culturais na atualidade.

Palavras-chave: Vinil; Colecionismo; Recife; Mercado fonográfico; Nostalgia.

ABSTRACT

This work aims to analyze the subjective and objective motivations of vinyl record collectors in the city of Recife, Pernambuco. The research addresses the history of vinyl consumption, exploring its evolution and the current scenario in Brazil and worldwide. Through a bibliographical review and the application of interviews and questionnaires, the study sought to understand the consumption trends of Recife-based collectors and to comprehend the emotional, cultural, and economic factors that influence the continuity of this habit. Furthermore, the study investigates the relationship between vinyl collecting and nostalgia, as well as the consumption rituals surrounding this practice. The global resurgence of vinyl, in a context dominated by digital music consumption, is also analyzed, highlighting the growth of the market and the specificities of the Brazilian scenario. Based on these aspects, the work aims to contribute to a broader understanding of the analog consumption market and how it connects to identity and cultural issues in contemporary times.

Keywords: Vinyl; Nostalgia; Collecting; Music industry; Recife

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	9
2. A HISTORICIDADE DO CONSUMO DE VINIL	11
2.1 A nostalgia, o ritual e o consumo	11
2.2 A nostalgia, o ritual e o consumo	11
3.1 A nostalgia, o ritual e o consumo	11
3.2 Os rituais de coleção de vinil	13
4. METODOLOGIA	20
6. CONSIDERAÇÕES FINAIS	20
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	20
APÊNDICE A – QUESTIONÁRIO	22
APÊNDICE B – ROTEIRO DE ENTREVISTA ESTRUTURADA	26
APÊNDICE B – TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO -	28
	30
	44
	46
	48
	48
	50
COLETA DE DADOS VIRTUAL	5
APÊNDICE D – TRANSCRIÇÃO DE ENTREVISTAS	1
	5
	4

1. INTRODUÇÃO

A história dos discos de vinil, que hoje são apreciados por colecionadores e amantes da música, passou por um longo processo de desenvolvimento tecnológico. Especialistas no assunto, como Erick Bonder (2022), apontam que o ponto de partida foi o fonógrafo, criado por Thomas Edison em 1877, que utilizava cilindros cobertos de estanho para gravar e reproduzir sons. Com o passar dos anos, o aparelho evoluiu para o gramofone, desenvolvido por Alexander Graham Bell, e posteriormente para o gramofone, criado por Emil Berliner em 1887 (Bonder, 2022).

A principal inovação do gramofone foi a substituição dos cilindros por discos, que, por serem mais fáceis de produzir em larga escala, se consolidaram como o formato preferido para gravações. Nos anos seguintes, o gramofone foi aprimorado com o uso da eletricidade e a introdução de novos materiais, como o vinil, que substituiu a goma-laca em 1948. Tal mudança trouxe maior durabilidade e qualidade sonora aos discos. Em 1955, surgiram os toca-discos portáteis, possibilitando que o vinil se tornasse um dos principais formatos de reprodução musical por várias décadas. Desde então, o vinil continua a evoluir, mantendo seu lugar na história como uma das formas mais icônicas de apreciação musical (Bonder, 2022).

A crescente valorização dos discos de vinil é uma tendência global que merece ser explorada. Os dados da Associação da Indústria Fonográfica Americana revelam que a comercialização de discos de vinil tem crescido de maneira consistente, posicionando-se como a segunda forma mais popular de ouvir música, apenas atrás das bibliotecas digitais de *streaming*. Esse panorama é corroborado por informações da CNN, que, em março de 2024, destacou que, pela primeira vez desde 1992, os discos de vinil serão considerados no cálculo da inflação no Reino Unido, com uma total de vendas equivalente a 6.1 milhões de discos ao longo do ano (ZIADY, 2024).

Segundo dados apresentados pelo IFPI (Federação Internacional da Indústria Fonográfica), é possível verificar que o nicho de mercado está cada vez mais ativo, e que desde 2019, o vinil vem aumentando o número de vendas. Tal crescimento demonstra que o vinil está se adaptando bem aos desafios propostos pela desmaterialização do mundo digital e ascensão dos *streamings* (IFPI, 2022a).

A pesquisa “Engagingwithmusic 2022” da IFPI (2022a) destaca que algumas pessoas gostam de possuir a música em formato físico, apreciando o ritual envolvido na reprodução de

um disco de vinil. Para outros consumidores, a compra de um álbum físico é uma forma de apoiar o trabalho de seus artistas favoritos (IFPI, 2022a). Os discos trazem consigo a autenticidade e originalidade, todas as suas particularidades, como o seu peso e a necessidade de vira-lo para ouvir mais músicas, influenciam o consumo (Gauziski, 2013).

Esses indicadores não apenas refletem um renascimento do formato, mas também evidenciam a necessidade de uma compreensão mais aprofundada sobre as motivações e experiências dos colecionadores, tanto em contextos globais quanto locais, como é o caso da cidade de Recife.

Assim, a pesquisa se justifica pela importância de se analisar um fenômeno que resgata tradições musicais, ao mesmo tempo em que dialoga com as novas gerações. A busca por compreender as nuances desse fenômeno, especialmente no contexto da cidade de Recife, impulsionou a realização deste estudo. Ademais, ao explorar as motivações dos colecionadores e as dinâmicas do mercado, este trabalho pretende oferecer uma visão aprofundada sobre como o amor pelos discos de vinil vai além do simples ato de colecionar.

O tema escolhido trata sobre os aspectos subjetivos e objetivos que motivam o colecionador de vinil na atualidade, especificamente na cidade do Recife, em Pernambuco. Dessa forma, foi realizada uma análise histórica sobre o surgimento e o consumo do vinil, a relação entre os produtos musicais físicos e os digitais existentes e identificar as tendências de consumo que melhor dialogam com o perfil do consumidor de vinil em Recife. Nesse sentido, esse trabalho tem como objetivo construir um estudo sobre o mercado de consumo analógico contemporâneo, a partir de uma análise evolutiva e histórica do vinil, traçando os princípios norteadores que motivam o indivíduo a consumir esse formato.

2. A HISTÓRIA DO CONSUMO DE VINIL

2.1 Lado A: a trajetória do vinil até aqui

A “Música” (2024) é definida pelo dicionário Michaelis como a “arte de expressar ideias por meio de sons, de forma melódica e conforme certas regras”. Nesse sentido, é um dos principais elementos que constituem os diversos sistemas culturais no mundo e, no Brasil, está extremamente presente no cotidiano das pessoas. Desde a bossa-nova ao *heavy metal*, o país produz inúmeros artistas e bandas que marcam gerações de brasileiros, em todo o mundo.

Além de possuir uma grande tradição no desenvolvimento de talentos musicais, o Brasil é um dos maiores consumidores de música no mundo. Tal fato é demonstrado em estudos realizados sobre os mercados de música ao redor do globo, os quais indicam que o Brasil é um dos pioneiros, como os dados do IFPI (Federação Internacional da Indústria Fonográfica) que mostraram que, em 2023, os brasileiros foram a nacionalidade que mais consumiu música no mundo, estabelecendo o novo recorde de 24,9 horas semanais, aproximadamente (IFPI, 2023).

Ademais, foram realizadas pesquisas sobre o comportamento do brasileiro consumidor de música, buscando entender quais são os meios que mais se utilizam para experienciar essa forma de arte. Nessa perspectiva, a pesquisa feita pelo Pro-Música Brasil apresenta os números de cada meio de consumo de música, demonstrando que no Brasil existe a grande hegemonia dos serviços de *streaming*, seguido por execução pública e, em terceiro lugar, ocorre as vendas de música através de meios físicos (Franca, 2022).

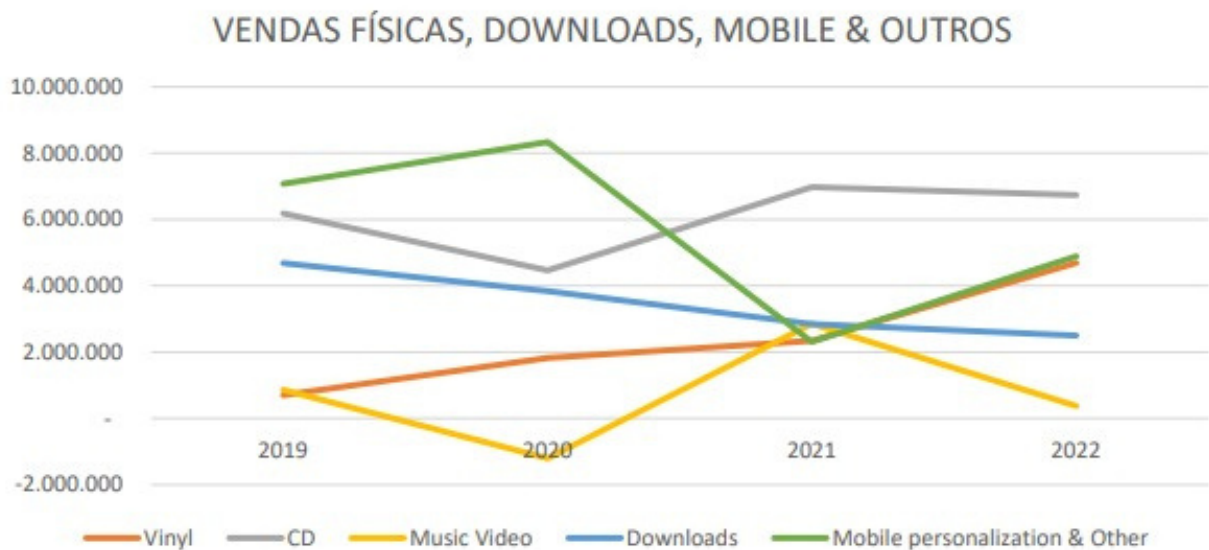
Figura 1 - Consumo de música no Brasil em 2022



Fonte: Pro-Música Brasil, 2022.

Os dados apresentados têm ainda mais sentido levando em conta que, no Brasil, existem cerca de 260 milhões de celulares, segundo dados da Anatel (2024). Além disso, o apreço que os brasileiros possuem pela música é somado com a facilidade que a internet apresentou ao gerar o avanço da popularização dos serviços de *streaming*. Diante da facilidade de acesso a diversos recursos digitais proporcionada pela internet, podemos interagir e experienciar discografias inteiras, diferentemente do que acontecia a vinte ou mais anos atrás.

Gráfico 1 - Vendas físicas, downloads, mobile & outros no Brasil em 2022



Por isso, é de se estranhar que, no mesmo gráfico que indica o crescimento do consumo de música no país, é também indicado o crescimento do consumo através de mídias físicas, em especial os discos de vinil. A pesquisa observou que cerca de 86% do consumo de música no país ocorre através de serviços de *streaming*, porém o mercado de vinil está se ampliando novamente.

Para começar a entender o consumidor de vinil, é necessário entender as nuances do meio e o porquê que o seu retorno atualmente pode ser considerado uma consequência natural, apesar dos discos, a princípio, serem considerados ultrapassados. Os vinis foram, por muito tempo, o principal modo de consumir música ativamente nas casas. Marcaram, de fato, história, pois foi a partir dos LPs que o conceito de “álbum” foi introduzido, possibilitando, assim, o consumo musical massivo (Gauziski, 2018).

Na década de 90, uma nova maneira de ouvir música foi introduzida no mercado brasileiro, os “*Compact Disc*”. Apesar da novidade dos CDs, os discos de vinil não foram automaticamente substituídos por conta do alto preço do novo formato, segundo Gauziski (2018). Os dois formatos chegaram a estar nas prateleiras das lojas dos anos 90 conjuntamente, por conta dessa diferença de preço. Posteriormente, quando o CD começou a baratear, os discos de vinil se tornaram, gradativamente, objetos pertencentes a um nicho específico de mercado (Gauziski, 2018).

No final dos anos 90 e ao longo dos anos 2000, a popularização da internet apresentou uma nova ameaça às mídias físicas: o MP3. Esse novo formato de consumir música facilitou a entrada da pirataria com força total no cenário musical, por meio do *download* de músicas. Além disso, muitos colecionadores começaram a se desfazer dos seus acervos com o intuito de “modernizar” as suas coleções. No ano de 2008 a mídia brasileira começou a notar sinais que indicavam um retorno do vinil eventualmente, esse evento foi marcado pela reativação da fábrica de vinil da Polysom (Pandeló, 2024).

2.2 Lado B: o colecionador de discos de vinil nos dias atuais

Estudos sobre o comportamento do consumidor como os de Mowen e Minor(2003) são importantes para entender por que mesmo em um mundo cheio de conveniências digitais, ainda existem pessoas interessadas em comprar e colecionar discos de vinil. Eles afirmam que existem três perspectivas de pesquisa sobre o comportamento do consumidor: a tomada de decisão, que é onde o consumidor constata que possui um problema e segue passos para solucionar a questão através de uma compra; a influência comportamental, a qual as forças do ambiente social influenciam e impulsionam os consumidores; e a perspectiva experimental, que são as compras decorrentes da necessidade supérflua dos consumidores. Essas perspectivas são muito importantes para entender o que influencia uma pessoa a comprar um disco de vinil (Mowen & Minor, 2003).

Clotilde Perez (2020), ao estudar o consumidor moderno, constata que as escolhas do consumidor pós-moderno vão além da utilidade, envolvendo significados simbólicos e efeitos de sentido, conforme o exposto:

O fundamento da teoria do consumidor pós-moderno é que ele faz escolhas não somente pelos ganhos de utilidade, mas também pelo significado simbólico destas escolhas, sua capacidade de produzir efeitos de sentido por meio de mecanismos de transferência - dos bens para o consumidor (ABRÃO, 2020).

Assim como, em uma das várias entrevistas expostas no seu livro “A Vingança dos Analógicos”, David Sax (2017) mostra que, para a indústria, está cada vez mais explícito que o consumidor quer algo além das ondas sonoras que a música oferece, buscando algo que possa fazer parte de sua identidade, identificando-se como algo que ofereça um significado ou uma experiência que não é possível vivenciar com os serviços de *streaming*. Segundo Jay Milar “a digitalização é o ápice da conveniência, mas o vinil é o ápice da experiência” (Sax, 2017).

A convergência de culturas, como descrito por Henry Jenkins (2008), também desempenha um papel nesse retorno. A coexistência de novas e antigas mídias criou um tipo de consumidor. Aparelhos de som modernos combinam tecnologias analógicas e digitais, permitindo uma integração entre o mundo dos vinis e o dos dispositivos digitais, como celulares conectados via *Bluetooth* (Jenkins, 2008).

A indústria não somente sabe como também se planeja para atender a demanda de um público que não consome exclusivamente o vinil, ressaltando as inúmeras funções embutidas das vitrolas lançadas atualmente (Gauziski, 2013).

Também é possível fazer a ligação entre o fenômeno do retorno do vinil com o conceito de “cauda longa” proposto por Anderson (2006), pois muito se argumenta que as mídias digitais que foram taxadas como algoz das mídias físicas, na verdade conseguem coexistir de modo quase complementar. David Sax ressalta, que grande parte da razão para os analógicos, não apenas o vinil, estarem retornando é o afastamento da realidade causado pelos meios digitais, para ele:

O analógico nos dá a alegria de criar e possuir algo real, coisas tangíveis em reinos onde objetos e experiências físicas estão desaparecendo. Estes prazeres vão do mistério de pegar um filme de volta da revelação à diversão de jogar um jogo de tabuleiro novo com velhos amigos, o som exuberante do desdobrar do jornal de domingo e a recompensa instantânea de ver seus pensamentos esfregados em uma folha de papel com a força de uma caneta. São experiências inestimáveis para quem gosta delas (SAX, 2017).

Ainda falando sobre a importância dos meios analógicos, Sax comenta que:

À medida que mais pesquisas surgem sobre o efeito da tecnologia digital onipresente, nós também estamos escolhendo o analógico por nossa saúde. Já foi comprovado que passar muito tempo olhando para telas piora a concentração, aumenta estresse e ansiedade, perturba padrões de sono e atrapalha uma série de funções básicas do cérebro.

Isso é especialmente verdadeiro em crianças pequenas, mas nós podemos sentir o efeito disso ao viver nossas próprias vidas: a pressão que nos faz checar nossos dispositivos a cada cinco minutos, a sensação de letargia de passar horas em frente a uma tela, a sensação cada vez mais presente de que estamos perdendo algo, de que estamos sempre atrasados em relação ao mundo. O analógico nos permite fugir disso, perder uma hora ou uma tarde ouvindo um disco ou lendo um jornal de domingo, e reforçar a noção de quem somos (SAX, 2017).

Hoje em dia, o vinil tornou-se para muitos colecionadores, sinônimo do passado idealizado, no qual os artistas e bandas favoritos dos ouvintes estavam no seu auge. Para David Sax, os LPs e o método de gravação analógico andam de mãos juntas e, tanto o público quanto os artistas e bandas, buscam ouvir o som do auge do vinil:

Todos os smartphones desapareceram, guardados em bolsas e bolsos, enxotados pela pura energia da música da banda. Chamava tanto sua atenção que você entrava na onda ou caía fora. É por isso que adolescentes que cresceram com iPods e nunca encostaram em LPs correram atrás de suas primeiras vitrolas. É por isso que os discos de vinil e a música analógica se vingaram. Porque, para parafrasear Mark Twain, uma grande banda ao vivo é um raio de luz e um iPod é um vagalume (SAX, 2017).

Mowen e Minor (2003) falam da importância de entender as forças sociais que influenciam o comportamento do consumidor, para isso, se faz necessário compreender se o perfil do colecionador de vinil é formado por um ou mais demográficos (Mowen & Minor, 2003). Atualmente, inúmeros artistas e bandas contemporâneos estão lançando suas respectivas discografias em vinil, pois observa-se que uma das principais razões do mercado de LPs estar se movimentando com tanta intensidade é que cantoras como Taylor Swift e Billie Eilish, por conta própria, representam cerca de 3% do volume de vendas de mídia física em 2023, segundo a pesquisa da Music Week.

Por isso, é possível questionar se, ao contrário do que se poderia imaginar, o colecionador de vinil, atualmente, não é necessariamente um fã de música que viveu o auge do vinil, e sim adolescentes criados no ambiente digital, mas que são interessados em “possuir a obra” de seus artistas e bandas favoritos.

A simbiose é definida como uma relação observada na natureza onde organismos diferentes se associam de modo que conseguem viver com um benefício mútuo. O impessoal ambiente digital das bibliotecas de música não-palpáveis foi o solo fértil onde germinou, e hoje florescem diversas comunidades de colecionadores de vinil ao redor do mundo. A mesma mídia digital que foi tida como a grande ameaça às mídias físicas, agora se tornou o espaço para os

nichos de mercado se unirem, trocarem informações e até mesmo fecharem negócios como vendas de discos.

A relação quase simbiótica que o ambiente digital possui com o mundo analógico é um dos fenômenos que também é observado por David Sax na “Vingança dos Analógicos”, quando ele relata a importância da internet para a sobrevivência dos nichos de colecionadores de vinil. Cada vez mais populares, os sites e os fóruns de fãs são responsáveis pela circulação de muito conhecimento e informação, além também facilitar a negociação de discos (Sax, 2017).

Além disso, Sax afirma que a maioria dos vinis vendidos no mundo são de “segunda mão” e que grande parte dessas negociações são feitas em sites, como o *Discogs*, *Amazon*, *Ebay*, entre outros, onde as comunidades de colecionadores se encontram digitalmente. Dessa forma, torna-se possível concluir que apesar dos números indicarem que o mercado dos LPs está crescendo, esse crescimento tem grandes chances de ser maior do que o valor estipulado (Sax, 2017).

E por que o disco de vinil? O mesmo estudo do Pro-Música Brasil indica que os CDs e fitas K7, apesar de serem mídias físicas, têm diminuído cada vez mais sua presença no mercado musical brasileiro. Então o que os *bolachões* possuem que os outros meios não têm? O que, no começo da revolução digital, eram limitações do vinil, como a duração limitada pela forma física, a manutenção e cuidados com o disco, entre outros pontos, se tornaram diferenciais que começaram a atrair o consumidor moderno que busca “possuir” a música de seus ídolos (Franco, 2022).

Sax (2017) ressalta que alguns dos fatores que alteraram esse panorama e resultaram no fato que o vinil voltou a ser um objeto de desejo popular entre os ouvintes, foi que os consumidores buscam se diferenciar, pois “nada é mais sem graça do que dados”, segundo ele, quando fala sobre as supostas coleções de músicas em bibliotecas digitais, evidenciando a importância da música poder ser experienciada, além apenas dos sentidos auditivos, e o vinil, por conta de suas dimensões maiores, serve tanto como obra musical quanto visual (Sax, 2017).

Em seu trabalho “Tocando o Autêntico”, Marcos Rapeli defende a tese de que o vinil se mantém relevante por conta do valor dado ao que significa ter um disco de vinil, uma importância que vai além da obra musical ou do artista, pois “o disco guarda em si o potencial de transportar o ouvinte a uma época – vivida ou não – mas que remete a uma autenticidade da música, da experiência de ouvir, ou mesmo de sua própria trajetória de vida e de sua família” (Rapeli, 2018).

Ouvir música através dos discos de vinil muitas vezes preenche vários requisitos que podem ser considerados como um ritual, uma vez que a experiência vai além do resultado de ligar a vitrola e posicionar a agulha no disco. O consumo que o colecionador exerce é mais do que a aquisição de bens materiais, é um investimento cultural e social realizado para si. Um meio de expressar quem é, de experienciar contato mais íntimo com a obra e o artista.

Na sua jornada de expansão dos acervos, os consumidores buscam, comparam preços e prensagens dos discos, tanto em lojas físicas quanto em mercados digitais, muitas vezes tentando encontrar o LP que melhor se encaixe no acervo. Tal busca vai além do preço, tendo em vista os valores que são pagos no Brasil. O processo de “garimpar” é uma parte importante que integra o ritual por trás de colecionar vinil.

Gauziski ilustra isso no seu artigo “O resgate do vinil: Uma análise do mercado atual e dos colecionadores na cidade do Rio de Janeiro” quando expõe a realidade de bancas que vendem discos ao ar-livre e muitos de seus fregueses são pessoas que estão passando e são “capturadas” pela magia dos discos (Gauziski, 2013).

A compra é realizada quando a pesquisa é finalizada, mas não é um fluxo direto e simples. Gauziski expõe isso muito claramente quando narra situações de compra típicas de comércio de rua, envolvendo pechinchas e promoções por conta da “camaradagem” que permeia o nicho de mercado dos “vinileiros” (Gauziski, 2013).

Os discos são objetos que atraem consumidores devido sua autenticidade, à forma como gera prazer e satisfação para os colecionadores e ouvintes com base nas suas características particulares. Tais características, como o peso, a necessidade de virar o disco para ouvir dos dois lados, o tamanho e a aparência da capa e encarte tornam a experiência de ouvir um disco mais prazerosa, romântica e nostálgica (FLECK; ROSSI, 2009).

A maneira de usar o vinil também passou por transformações ao longo dos anos, quando os discos surgiram, eram o único meio de se ouvir música dentro de casa além do rádio, depois vieram as fitas cassete e os CDs e por fim os arquivos de MP3 e serviços de *streaming*. O uso dos LPs, hoje em dia, vai além do objetivo idealizado no seu surgimento. Diante de outras formas de ouvir música sob demanda, o vinil passou a ser usado como decoração, como objeto mnemônico remetente a um passado idealizado e também símbolo do carinho que o colecionador possui, não somente pela coleção em si, mas pelos artistas e bandas. Nesse sentido, Gauziski observa na sua

pesquisa que “os cuidados que o suporte demanda produzem uma relação ainda maior de afetividade com eles”, além disso, apresenta o relato de um colecionador que diz:

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. (GAUZISKI, 2013)

Em uma das entrevistas realizadas, Fleck e Rossi(2009) mostram como os colecionadores que substituíram suas coleções de vinil por CD, eventualmente, se arrependeram por conta das diferenças sensoriais que existem entre os dois meios. Entre as razões apontadas pela preferência pelos LPs, os colecionadores ressaltaram a diferença da qualidade do áudio e como até supostos “defeitos” do vinil, como o típico chiado encontrado em muitos deles, são mais atraentes do que os possíveis problemas encontrados com as coleções de CD.

Assim, a estima e o apreço que o colecionador possui pelo seu acervo vai além da sensação de possuir a música e usufruir da obra. Foi comentado que alguns dos entrevistados são atraídos por aspectos como, por exemplo, “o peso do disco na mão, o romantismo que está ligado à mídia, a emoção de virar o disco e a existência dos dois lados, o charme do vinil, o glamour da capa e do encarte” (Fleck & Rossi, 2009).

Complementar a esses fatores, grande parte do apelo do vinil é igualmente proveniente da sua suposta melhor qualidade sonora. É um ponto muito delicado de se discutir quanto se trata de vinil versus outros meios de ouvir música, pois a experiência não vai depender apenas do disco, uma vez que para se ouvir música na tão sonhada *Hi-Fi* é necessário ter vários equipamentos além do LP que sejam de boa qualidade, vai estar sujeito também ao modo como a obra foi mixada (Pruks, 2023).

No seu artigo “O Som do Disco de Vinil é Realmente Melhor?”, Marcelo Lopes Vieira explica que a sua preferência por adquirir uma obra em vinil ou CD vai depender da época em que a música foi gravada. Ele afirma que além dos delicados fatores envolvendo a fabricação e armazenamento dos discos, “os discos de vinil têm um som autêntico e de alta qualidade” mas que se o processo de gravação for feito de modo digital, o registro digital no meio analógico vai tirar os traços característicos, e a recíproca também, no caso de obras analógicas sendo distribuídas em CDs. Ele finaliza seu argumento afirmando que:

[...] na disputa entre CD e discos de vinil o meu critério (não que seja certo ou errado, é o que funciona pra mim) é a forma com que o disco foi gravado. Isso porque a música digital funciona de maneira muito diferente e se você prensá-la num vinil, os sulcos não farão o milagre de materializar o que não foi gravado digitalmente (VIEIRA, 2022).

Conclui-se que a experiência de ouvir música através de um disco de vinil envolve praticamente todos os sentidos do consumidor. Muito mais do que apenas a audição, a visão também é estimulada através da capa, encartes e visual do vinil, o tato é também incitado por conta das inúmeras texturas, pesos e formas que são percebidas ao manusear os discos e capas, além disso os LPs são símbolos que possuem grande força nostálgica, pois representam muitas vezes um passado idealizado. Todos esses fatores levam especialistas como Jay Millar a declarar que “o vinil é a versão luxuosa, para o verdadeiro apaixonado por música” (Sax, 2017).

3. NOSTALGIA, RITUAIS DE CONSUMO E COLECIONISMO

3.1 A nostalgia

A etimologia da palavra nostalgia é advinda do grego e apresenta o significado de uma saudade tão grande pela terra natal que causava doenças, majoritariamente por conta da mobilidade limitada do século XVII e um movimento tão disruptivo como sair do país era algo bastante incomum. Tal termo é definido como “sentimento ligeiro de tristeza sentido por alguém, pela lembrança de eventos ou experiências vividas no passado; saudades ou tristeza por algo ou alguém que já não existe mais ou que já não possuímos mais” pelo dicionário Michaelis (2024).

Nos tempos modernos, a ruptura com a tradição foi ainda mais valorizada, porém o desejo de conter o passado e a história não se alterou. A nostalgia pode ser vista como uma tentativa de escapar da modernidade e encontrar valores do passado (Ribeiro, 2018). Walter Benjamin mostra que a nostalgia já foi entendida também como uma problemática enfrentada por indivíduos, grupos e sociedades, onde essas tensões envolvendo a linearidade do tempo causam a valorização do passado em detrimento do futuro (Benjamin, 2013).

Goulart diz também que, o passado caracterizava-se como uma falta e “era pensado não como arcaico, mas um autêntico lugar de retorno de valores morais, políticos ou estéticos.” e que, na visão dela, esse conceito de nostalgia é possível de aplicar atualmente (Ribeiro, 2018).

Rogério, de 46 anos de idade e professor de literatura, foi um dos entrevistados que falou sobre a nostalgia que sente ao ouvir seus discos de vinil hoje em dia, sua história com os LPs começou quando ainda era criança e seus pais o levavam desde os cinco anos de idade para comprar discos novos e depois ouvir em casa. Durante a entrevista ele comentou sobre a sua jornada como consumidor e colecionador de vinil da seguinte maneira:

Antigamente a gente ia pra loja e o que eu mais gostava na loja era ser atendido pelo vendedor. Eu não sei se falaram disso pra você, mas era uma coisa muito bacana que eles eram que nem um vendedor qualquer, eles perguntavam o que é que você queria ouvir e aí a gente ouvia na loja. Às vezes eles sugeriam mais opções e eu saía da loja já com essas sugestões na cabeça para comprar depois (Rogério, 2024).

Sem dúvidas o consumo de nostalgia está presente no mercado, desde *remakes* de clássicos do cinema, passando pelo resgate da moda do passado e chegando no vinil. Esse desejo do consumidor em resgatar tempos pretéritos está caracterizado pela forma descontextualizada que, muitas vezes, ocorre de se referenciar símbolos, glorificando de modo isolado grandes

personalidades ou acontecimentos. É um fenômeno que dialoga bastante com as gerações de adultos e idosos por conta disso, mas também dialoga com os jovens que não viveram necessariamente o passado, tal sentimento é definido como anemoia (Koeing, 2021).

A popularidade do sentimento nostálgico pode ser um grande indicativo de que o público busca por conexões genuínas com os seus objetos de consumo, no caso do consumo de LPs pelas gerações mais novas, o podcast Pílulas do Conhecimento afirma que é um fenômeno causado pela busca da “experiência singular de ouvir música de uma forma mais significativa, transformando o escutar em um verdadeiro evento. O ritual de retirar o disco da embalagem e colocá-lo na vitrola proporciona uma experiência incomparável à reprodução digital” (UFGM, 2024)

Bruno Leonel, no seu artigo “A Mídia Nostálgica e a Digitalização do Passado na Comunicação de Massa”, ressalta o papel dos meios digitais de comunicação para o aumento da sensibilidade que os espectadores possuem hoje em dia. No texto, ele afirma que:

Vivemos em um contexto no qual, nunca se dedicou tanta tecnologia para resgatar aspectos do passado – Seja nos meios digitais, ou mesmo no cinema e dispositivos de alta-definição de imagem digital, que possibilitam revisitar e emular o passado com, cada vez mais riqueza de detalhes (LEONEL, 2018).

Quando se considera o impacto que a mídia e publicidade possuem somado a esse grande acesso aos mais diversos aspectos do passado em alta qualidade, não é de se estranhar que muitos jovens sejam seduzidos pelo apelo que a nostalgia apresenta. Todas as gerações podem ser comovidas pelo conforto e segurança que a ilusão de estar imerso em uma época passada simplesmente por adquirir um bem cultural que remete ao período, nesse caso os discos de vinil.

O mercado fonográfico se adapta, as gravadoras estão divulgando mais as novas versões em LP, os clubes de assinatura estão ficando mais populares e lançam discos de artistas do interesse desse público e o acesso ao vinil está mais prático por conta dos mercados online como *Amazon* e *Discogs*. Esses aspectos todos se juntam às influências que muitos deles recebem através de parentes mais velhos e, é por isso que as mídias sociais estão influenciando os mais novos a começar suas coleções.

Leonel (2018) adiciona na sua análise que a nostalgia se torna convidativa para o público justamente por apresentar um ponto de estabilidade no instável mundo contemporâneo, o sentimento de anemoia ocasiona no colecionador o resgate de um contexto não mais existente e

muitas vezes idealizado pelo consumidor para ocultar alguma perda insubstituível que acontece por conta obsolescência programada dos bens de consumos atuais (Leonel, 2018).

A afirmação de Leonel (2018) sobre o público se sentir atraído pela nostalgia por conta da sensação de segurança que o passado remete mesmo aqueles que não viveram o período podem ser observados na fala de Rafael (39 anos), ele é dono da R Vinil, uma loja de vinil que fica no bairro da Encruzilhada e que também atende online. Na sua entrevista ele comentou que pode afirmar com propriedade que sua clientela é formada principalmente por colecionadores de vinil de longa data, e que alguns deles já relataram ter se desfeito de seus acervos na época do CD com a intenção de renovar, mas acabaram se arrependendo e hoje em dia estão colecionando vinil pois sentiam saudades das suas coleções, de ter e apreciar as obras em vinil.

3.2 Os rituais de consumo de vinil

Para ouvir um disco de vinil é necessário possuir a obra desejada, um sistema que seja capaz de reproduzir a música, podendo ser algum equipamento equipado com uma agulha feito uma vitrola com alto-falantes com ou um toca-discos conectado em um sistema de som mais elaborado. Ao colocar o disco no tapete da vitrola e ver o vinil girando, alguns dos colecionadores entrevistados afirmaram se sentir muito mais presentes no momento e engajados com a audição do que quando ouvem música através de serviços de *streaming*.

Em uma das entrevistas realizadas para entender as tendências de consumo dos colecionadores de vinil, foi possível perceber a necessidade de se reconectar com a música através da fisicalidade do vinil. Isadora, de 23 anos de idade e estudante de engenharia, foi uma das entrevistadas e afirma que, mesmo sem ter vivido a considerada “época de ouro” dos discos de vinil, prefere ouvir música pelos LPs pois se sente mais conectada com a obra, ela ressalta que:

Quando eu tô escutando música no streaming ou computador eu não eu não me sinto que eu esteja ali, realmente escutando uma música. Geralmente eu escuto indo para a faculdade tomar um banho fazendo alguma coisa e eu não tô realmente parando ali para prestar atenção na música. É muito raro estar ali e quando eu estou escutando música pelo vinil a experiência é completamente diferente, né? Eu tô ali apenas escutando a música e eu tô vivendo aquela aquela música. Tô virando de faixa, tô mexendo no encarte, então é uma experiência muito mais, digamos assim, tangível (Isadora, 2024).

A importância de estar presente no momento foi um dos diferenciais que na opinião de Rafael (39 anos) atrai os novos colecionadores de vinil. Para ele, a nova geração de vinileiros gosta de ver os discos girarem, apesar de não necessariamente se importam tanto em extrair o melhor da mídia feita os colecionadores mais experientes. Depois de falar brevemente o que ele sabe sobre os rituais de consumo dos seus clientes, descreve seu ritual de ouvir da seguinte forma:

É, cada um tem o seu ritual, o seu hábito, sei lá, cada um faz o seu formato, né? Tem gente que gosta de tomar uma, tomar uma cervejinha, sentar e escutar o seu vinil, relaxar. Nas horas que eu tenho tempo para escutar, de noite, quando eu chego em casa, depois do trabalho. Eu sempre pego um álbum aqui, coloco e fico aqui viajando nas letras, nos encartes, e faço questão de ter o vinil, pela questão de você colocar, e escutar o disco todo, né? A gente aqui quando escuta o vinil, tem o ritual de pegar o disco, colocar, escutar todo lado A, todo lado B, ouvir ele todo e admirar a obra enquanto ouve (Rafael, 2024)

Eduardo, de 46 anos e fotógrafo, e André, de 29 anos e psiquiatra, também foram alguns dos entrevistados que reforçaram a necessidade de se “sentir no momento” para soltar a agulha nos seus discos. André comentou que valoriza bastante a sensação de participar ativamente do consumo da música, de virar os lados do disco, tocar na capa e de se cultivar:

Eu separo um tempo para isso de fato, então é como eu disse né meio que da mesma forma quando vou para o cinema. É o momento que eu tenho comigo, feito quando eu faço atividade física é um espaço de meditação de certa forma também é um momento de me cultivar (André, 2024)

Enquanto Eduardo mencionou que ele se sente motivado a continuar colecionando discos por conta da sinestesia, disse que:

É o fato de poder tocar no disco, colocar ele no tocador, o fato dos encartes serem diferenciados e por isso ter contato com as letras das músicas. Não que no digital não tenha, mas enfim, é diferente. É um processo de escuta analógico, você tem contato com quem tocou guitarra naquela música e no streaming pode até ter essa informação lá mas dificilmente as pessoas procuram por isso (Eduardo, 2024).

A fisicalidade envolvida no ato da compra dos discos de vinil é muito importante para entender a cultura do vinil. O antropólogo britânico Daniel Miller foi uma das fontes citadas por

Luceni Hellebrandt (2015) no seu estudo sobre a cultura do consumo de discos de em Amsterdã. Nele, ela se apropria do conceito de cultura material que Miller usou para reforçar como é importante entender a relação que as pessoas possuem com os bens de consumo, pois a partir da fisicalidade dos objetos é possível compreender como foi o processo de solidificação de uma cultura consumista (Hellenbrandt, 2015).

Foi observado na fala do Rogério que a fisicalidade marca a experiência de vários compradores de discos de vinil. Começando pelo ato de se locomover até o comércio, a sensação de descobrir novos artistas “garimpando” nas prateleiras, muitas vezes recebendo recomendações de funcionários na loja e chegando no momento de enfim abrir um disco diferente pela primeira vez. Além disso, existe o ritual do consumo dos discos, tirar o vinil dos encartes, sentir as texturas da capa e o peso da música que vai ouvir nas próprias mãos são algumas das vivências relatadas pelos entrevistados por Gauziski (2013) no seu artigo.

No questionário aplicado aos colecionadores que tive acesso, ficou evidente a importância da experiência ao ouvir a música, muitas vezes também ressaltando a proximidade que sentem com a obra e o artista. Quando os entrevistados foram questionados sobre isso, as respostas tinham quase sempre o mesmo ponto em comum: o vinil possui um aspecto quase hipnótico, ao colocar a agulha e começar a ouvir as músicas, os colecionadores entrevistados relatam que é um momento para eles se reconectarem consigo e com as obras que admiram. Um dos exemplos foi a fala de Rodrigo (46 anos, engenheiro) destacando que:

Eu acho legal o fato de ser um equipamento analógico, a física por trás do vinil, o fato de ter os sulcos e a agulha passando por esses sulcos gera uma corrente elétrica que se transforma no som. Tem gente que fala que o som é melhor, mas eu confesso que eu não tenho essa sensibilidade auditiva para afirmar isso. Eu acho que é uma experiência coletiva também, botar um disco de vinil para tocar, é diferente do que a gente está acostumado no mundo digital. (Rodrigo, 2024)

O consumo da música através dos discos de vinil preenche vários requisitos que podem ser considerados como um ritual, a experiência vai além do resultado de ligar a vitrola e posicionar a agulha no disco, como os entrevistados ressaltaram. Para o consumidor, é mais do que a aquisição de bens materiais, é um investimento cultural e social realizado para si. Um meio de expressar quem é, de experienciar contato mais íntimo com a obra e o artista.

Essa abordagem de consumo foi caracterizada como um ritual por Clotilde Perez (2020), o colecionador de vinil compra os discos e todo o valor agregado que está presente na fisicalidade

do objeto, por isso é importante compreender as implicações antropológicas que esse tipo de comportamento possui (Abrão, 2020).

Os rituais podem acontecer através de vários processos interligados e reforça a importância de entender a pluralidade de formas que eles podem acontecer. Nos seus estudos sobre o consumo, ela descreve amplamente os rituais, afirmando que são muitas vezes realizados através de uma série de escolhas conscientes e repetidas, envolvendo objetos e comportamentos específicos (Abrão, 2020).

Esses rituais não são aleatórios; eles são construídos a partir de elementos materiais (como objetos e roupas) e imateriais (como palavras e comportamentos) que, juntos, criam um senso de ordem e regularidade. Ao repetir essas práticas, elas garantem uma sensação de continuidade e estabilidade no tempo, proporcionando uma estrutura previsível para a vida (Abrão, 2020).

O ritual da posse do vinil é bastante complexo por se envolver também com os diversos processos de ressignificação que o meio passou. Antes mesmo do começo da revolução digital, os CDs começaram a desbancar o vinil como o principal meio de consumo de música por serem mais práticos e acessíveis.

Depois, com a chegada dos arquivos de MP3 e, eventualmente, serviços de *streaming* essas qualidades se destacaram mais ainda. Hoje, o que eram consideradas grandes limitações do vinil, como: duração limitada pela forma física, o disco precisa de manutenção e cuidados, entre outros pontos, se tornaram diferenciais que começaram a atrair o consumidor moderno que busca “possuir de forma autêntica” a música de seus ídolos.

Os três lojistas entrevistados comentaram sobre o papel que os equipamentos possuem no ritual de consumo. Na R Vinil, Rafael afirmou que seu público é no geral mais especializado, muitos já possuem todo o aparato necessário para extrair o máximo do vinil. Ítalo entrou em detalhes, falando que alguns dos clientes da Roxy Discos são grandes audiófilos, ao ponto que alguns deles quando estão interessados em algum disco em específico, perguntam até qual o número da prensagem do LP. Victor disse que na sua experiência até agora, os colecionadores que frequentam o Bolacha Discos e Coisas gostam de ir à loja, garimpar e muitas vezes tomar uma cerveja com ele enquanto conversam sobre a obra e artista ou banda, trocando conhecimentos sobre música e cultura no geral.

3.3 O colecionismo

O colecionismo é definido como “tendência a fazer coleções” pelo dicionário Michaelis. Em uma das perguntas realizadas nas entrevistas, questionei aos participantes as razões pelas quais eles se sentem motivados a continuar colecionando discos de vinil nos dias atuais e uma resposta que chamou a atenção foi a de Mateus (29 anos, publicitário), ele falou que começou a colecionar vinil em 2024 pois queria uma alternativa ao *streaming*:

“Eu comecei nesse ano ainda, já tinha essa vontade de comprar uma vitrola já algum tempo. Aí eu quis me dar de presente de aniversário e comprei uma vitrola e aí comecei a colecionar. O motivo foi mais para ter uma alternativa para escutar música além dos *streamings*, hoje em dia a gente tem acesso a tudo, mas, ao mesmo tempo, eu sinto que a gente não ouve nada. Parece que fica sempre no mesmo, no automático, não tem o costume de ouvir o álbum inteiro feito quando eu era mais novo, que tinha uma coleção de CDs e gostava de ouvir os álbuns inteiros.”

Já foi abordado neste capítulo a nostalgia que os colecionadores sentem por conta do hábito de colecionar e consumir música através do vinil, para entender os critérios por trás da escolha das obras que vão integrar os acervos individuais, questionei os entrevistados sobre isso.

Victor (37 anos) é colecionador de discos e dono de uma loja de vinil em Recife, e afirmou que sua loja busca oferecer um portfólio eclético de discos para seus consumidores e que tenta sempre trazer lançamentos e discos importados que são encomendados pelos clientes. Ele defendeu que as novas gerações estão deixando sua marca no mercado já, com um perfil diferente não somente nos gostos musicais, mas também na utilização da sua coleção:

Não só de vinil, mas o CD também, a mídia física voltou. Nos últimos 3 anos tenho vendido bastante, tenho pesquisado, tenho viajado Brasil afora, até quando fui em Buenos Aires, uns 2 anos atrás, estava falando com o dono de lojas e é um fato que até o CD está subindo de venda também. Principalmente nessa nova geração que não viveu nem o boom do CD nem o boom do vinil, mas se preocupa em comprar discos dos artistas que gostam como: Madonna, Beyoncé, Taylor Swift, Lana Del Rey, essa galera gosta de colecionar, mesmo muitas vezes nem tendo um equipamento legal, possui só uma vitrola de maletinha e que nem vai extrair o melhor da mídia mas gosta de ter principalmente o disco de vinil, porque a arte da capa já é uma arte por si só, já é como se fosse um quadro, algo para querer ter por perto (Victor, 2024).

Rafael reforçou o ponto de vista de Victor, destacou que ser um colecionador de vinil significa ter um apego material às coisas, apreciar a arte das capas dos discos e valorizar o momento de ouvir um álbum completo, do lado A ao lado B:

Eu sou apaixonado pela mídia física, cara. Independente de hoje ter várias plataformas nas mídias digitais, sempre na época quando teve o MP3, depois da saída do CD, eu já não gostava desse formato, já gostava de ter a mídia física. Sempre fui colecionador nato, gostava de colecionar de tudo. Eu já tive coleção de carrinho, de boneco, de figurinha. A música, como eu gostava muito, eu sempre busquei o material que eu gostava e o material físico. Aí, nos dias atuais, eu tenho uma coleção de vinil, é uma coisa que para mim já faz parte da minha vida toda, cara, desde criança que eu adquiri o material e faço questão de ter a mídia física. E hoje, além de eu ser um colecionador, eu também sou um lojista, eu trabalho no meio com isso, minha paixão se tornou o meu meio de vida (Rafael, 2024)

Um dos sentimentos observados durante a pesquisa também foi o de que as coleções fazem parte das vidas dos colecionadores. Uma das pessoas que falou sobre isso foi Isadora, ela disse que:

Eu acho que faz um pouco de parte da minha personalidade. Depois que eu comecei a colecionar, me sinto mais próxima dos artistas que eu gosto, principalmente nos momentos em que estou escutando algo especial, é um momento bem individual, é bem especial para mim (Isadora, 2024).

Outra tendência de comportamento observada foi a sensação de pertencimento a comunidades e grupos sociais, mostrando a importância da fisicalidade até no comércio. Rafael destacou que a loja, R Vinil, possui sim um papel da loja na preservação da cultura do vinil em Recife, pois busca estar sempre proporcionando um ambiente confortável para os clientes e ajudando a manter viva a paixão pela música em formato físico. Em outra entrevista, Gustavo (38 anos, analista de dados) foi um dos colecionadores que relatou muitas vezes passar horas na sua loja favorita, Passa Disco, tomando café e conversando com o dono e outros frequentadores da loja.

Cara, a loja que eu mais frequentei nos últimos anos e que eu tenho uma relação mais do que somente consumidor, foi a Passa Disco, né? Infelizmente hoje (10/09), Fábio (dono da loja) anunciou que no final do mês vai encerrar as atividades, é um baque para a cultura. A Passa Disco era uma loja que eu ia para passar a tarde inteira, puxava uma conversa daqui, uma conversa dali, aí vai ali ao lado, toma um café, volta. Gosto muito da sensação de você entrar na loja, porque mesmo com a facilidade de comprar pela internet, é diferente quando você chega na loja e pode ficar manuseando, procurando os discos, é uma coisa absurda. A Passa Disco era um espaço de resistência e encontro de apreciadores da cultura em geral, não só da música, principalmente da música, mas não somente da música. Eu comecei a frequentar a loja em 2005 e desde então era difícil ter um mês que eu não ia lá comprar alguma coisa. Difícilmente eu passava um mês sem ir (Gustavo, 2024).

A loja de vinil também foi definida por Victor como um espaço cultural, onde as pessoas podem ter acesso a discos importados e lançamentos exclusivos, além de proporcionar um ambiente de troca e interação entre os amantes da música. Ele expressou seu orgulho em ter criado um local que vai além de ser apenas uma loja de discos, mas um ponto de encontro para os apaixonados por música.

Uma coisa que graças a Deus acontece lá na loja, a maior paixão que é a música, eu tenho sempre vocês por lá. A gente está sempre conversando sobre música, lançou um disco do Fontaines DC, você vai lá tomar uma cerveja, a gente conversa, vê os vídeos, colocamos um lado B para tocar e aí depois uma música que me lembrou a música nova do Fontenis, parecia com uma do The Cure. Estamos sempre conversando, estou sempre em contato com as pessoas conversando sobre música (Victor, 2024).

Figura 5 - Loja Bolacha Discos & Coisas



Fonte: Arquivo Pessoal do Autor

Uma das principais razões que Victor destacou para ter esse desejo da sua loja ser um espaço além do vinil é que ele acredita ser muito importante preservar a cultura incentivando os

frequentadores do Bolacha a ter esse diálogo entre as gerações de fãs de música e de colecionadores de vinil.

Eu não queria chegar aos meus 80 anos e olhar pra trás e só lembrar desse lance do vinil e da mídia física. O que eu tento fazer é que a loja seja um lugar de encontro de pessoas que são apaixonadas por música. Porque é aquilo que eu falei, você consegue comprar qualquer disco na internet só usando o cartão de crédito, dá para você consegue escutar qualquer música no seu Spotify mas você não consegue conversar com as pessoas, parar e escutar música no mesmo ambiente. Hoje está tão mais fácil, você consegue ver um vídeo de Anthony Fantano falando sobre o disco novo do Fontaines, você consegue conversar com seus amigos mandando uma postagem no Instagram mas é algo muito rápido, não é algo que você vive no ambiente e isso faz muita diferença. (Victor, 2024).

4. METODOLOGIA

Trata-se de um estudo de abordagem qualitativa, com objetivos exploratórios, apresentando a análise dos dados junto a discussão da temática abordada. Para o referencial teórico desse estudo, foi realizada uma pesquisa bibliográfica na base de dados *Scientific Eletronic Library Online* (SciELO) utilizando como palavras-chave: vinil, colecionismo e nostalgia.

A amostra da pesquisa é do tipo não probabilístico, definida pela acessibilidade dos participantes, levando em consideração o conhecimento dos entrevistados acerca da temática abordada neste estudo. Além da aplicação de um questionário (APÊNDICE A) para mapear os padrões de consumo e as motivações dos colecionadores de vinil, também foram realizadas entrevistas estruturadas (APÊNDICE B) com um grupo de participantes selecionados aleatoriamente e de acordo com a disponibilidade dos entrevistados. O objetivo das entrevistas foi aprofundar as informações coletadas no questionário, permitindo uma análise mais detalhada das vivências pessoais dos colecionadores e de como suas práticas de consumo podem estar relacionadas a aspectos emocionais e culturais.

As perguntas do questionário (APÊNDICE A) aplicado a 53 colecionadores foram elaboradas com base em vivências próprias e observações dentro do ambiente de colecionadores de vinil em Recife. Além disso, a elaboração das questões também foi orientada pelos textos acadêmicos e monografias que tratam do colecionismo, consumo de mídias físicas, rituais de consumo e a psicologia do comportamento do colecionador que guiaram a pesquisa nos outros capítulos. Esses estudos forneceram um embasamento teórico para explorar, de forma

estruturada, motivações emocionais, a relação sensorial com o vinil, e o impacto cultural do colecionismo, permitindo que as perguntas capturassem aspectos relevantes tanto do ponto de vista individual quanto. O questionário foi aplicado pelo *Google forms*.

As entrevistas foram realizadas de forma remota, através da plataforma *google meet*, gravadas e transcritas integralmente no Microsoft office 2019 e Todos os participantes assinaram o do Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE) (Apêndice C), que explica como será dado o processo da entrevista, garante seus direitos e privacidade e explana o título, instrumentos utilizados e finalidade da pesquisa. Participaram das entrevistas sete colecionadores e três lojistas. A escolha dos entrevistados foi aleatória e de acordo com a disponibilidade de cada consumidor de vinil e dos comerciantes.

As perguntas da entrevista com os colecionadores foram baseadas nas questões já propostas no questionário, o objetivo era que cada entrevistado tivesse a oportunidade de se aprofundar mais nas suas respostas já enviadas previamente. As entrevistas com os lojistas foram divididas em duas partes, na primeira, como todos os três também são colecionadores de vinil, eles foram questionados como colecionadores e na segunda parte, as perguntas eram mais voltadas para suas percepções como donos de loja, buscando entender qual o tipo de perfil de cliente que eles recebem nas suas lojas e suas projeções para o futuro dos discos de vinil em Recife.

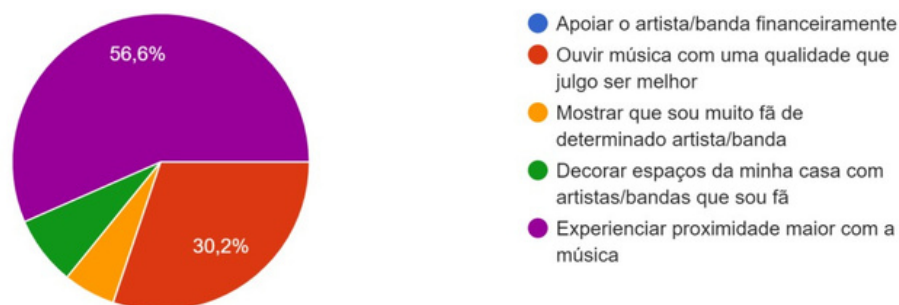
5. RESULTADOS

O questionário foi elaborado de maneira que fosse possível executar uma coleta sistemática de informações a respeito das tendências de consumo dos colecionadores de vinil em Recife, tendo como objetivo explorar hábitos, motivações e perfil dos consumidores. Uma das questões centrais para entender as propensões do comportamento dos colecionadores de vinil em Recife foi identificar os principais objetivos que os motivam a adquirir novos discos. A primeira pergunta do questionário buscou explorar essas motivações, oferecendo cinco opções que refletem diferentes formas de se relacionar com a compra de vinis.

Gráfico2 - Primeira pergunta do questionário

Qual o seu objetivo ao comprar um disco de vinil?

53 respostas



Fonte: Google Forms

Os resultados dessa pergunta, apresentados no gráfico acima, revelam que a maioria dos colecionadores vê a compra de discos como uma maneira de experienciar uma proximidade maior com a música, destacando a relação sensorial e emocional que o vinil proporciona. Em segundo lugar, muitos participantes mencionaram que buscam uma qualidade de som superior, reforçando a ideia de que o vinil oferece uma experiência auditiva mais autêntica em comparação aos formatos digitais.

A segunda pergunta do questionário sondou as razões que levam os colecionadores a continuarem expandindo suas coleções de vinil nos dias de hoje, mesmo com o fácil acesso a uma grande quantidade de obras musicais por conta das plataformas de *streaming*.

Gráfico 3 - Segunda pergunta do questionário

Porque você continua colecionando vinil hoje em dia?

53 respostas



Fonte: Google Forms

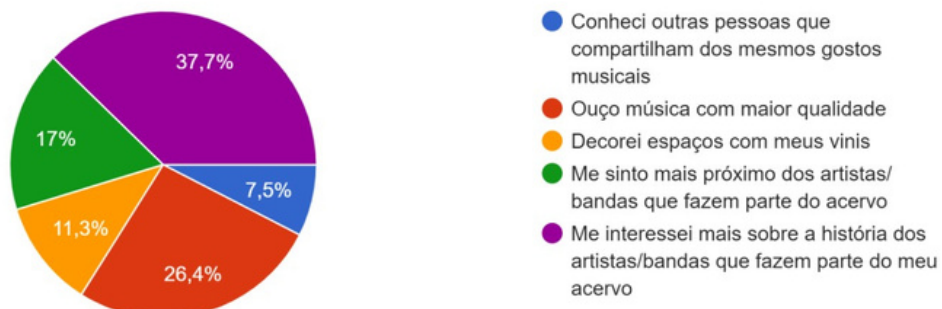
Podemos observar com os resultados apresentados no gráfico acima que existe uma certa pluralidade com relação às razões para se continuar colecionando vinil, pois praticamente todas as opções foram contempladas de maneira significativa pelos participantes.

A terceira pergunta do questionário buscou identificar quais benefícios os colecionadores de vinil mais aproveitam em relação à sua coleção, comparando questões como percepção de qualidade da obra, possibilidade de decoração e criação de vínculos sociais.

Gráfico 4 - Terceira pergunta do questionário

Quais dos benefícios você mais aproveita por conta da sua coleção de discos de vinil:

53 respostas



Fonte: Google Forms

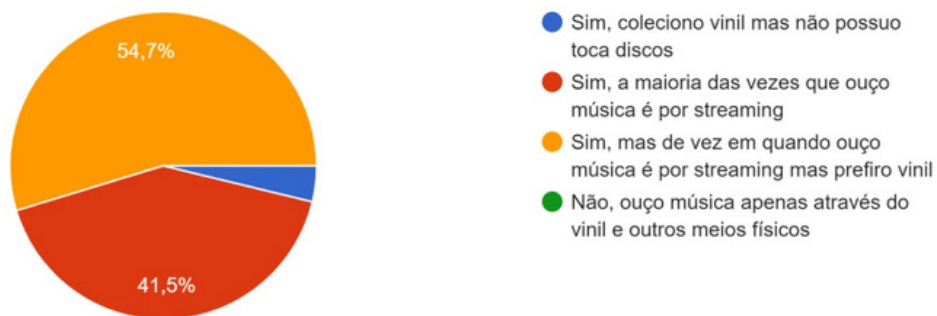
Conforme ilustrado no gráfico acima, a maior parte dos respondentes, cerca de 38% das respostas indicam que, através das suas coleções de vinil, passou a se interessar mais pela história dos artistas e bandas que compõem seu acervo. Isso demonstra que o vinil não é apenas um meio de reprodução musical, mas também uma porta de entrada para o aprofundamento cultural e histórico sobre as figuras por trás das obras.

A quarta questão foi sobre o consumo da música, tentando descobrir se há concorrência entre o *streaming* e os LPs ou se existe uma coexistência dos meios no cenário recifense.

Gráfico 5 - Quarta pergunta do questionário

Você continua usando serviços de streaming e/ou outros meios digitais para ouvir música?

53 respostas



Fonte: Google Forms

Aqui, é possível perceber que o vinil e o *streaming* coexistem de maneiras diferentes na vida dos colecionadores. Nas entrevistas, foi aprofundado o funcionamento dessa dinâmica, quando e porque o “vinileiro” optava por ouvir música nos serviços de *streaming* e quando preferia os LPs.

Em seguida, é realizada uma avaliação da percepção dos colecionadores de vinil em relação à sua identidade como fãs de determinados artistas e bandas. A intenção é investigar se a posse física de discos de vinil influencia o sentimento de pertencimento e lealdade em comparação aos consumidores que utilizam apenas plataformas digitais de *streaming*.

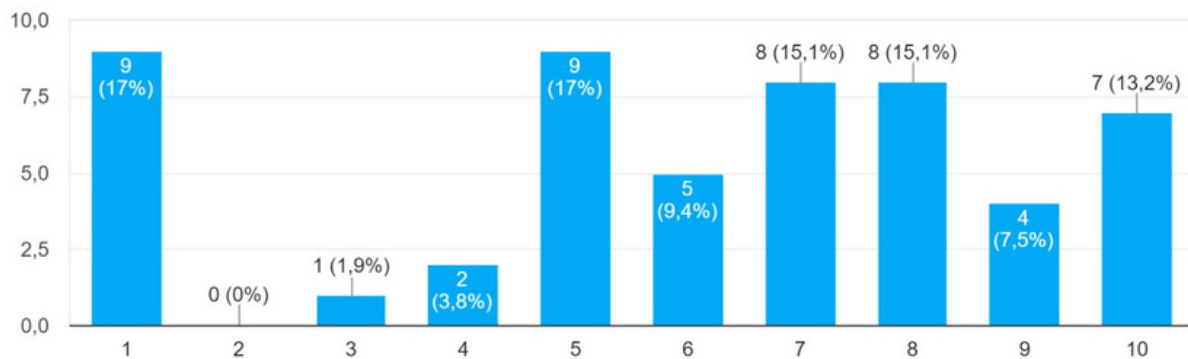
Ao solicitar que os participantes avaliem, em uma escala de 1 a 10, o quanto se consideram mais fãs por possuírem o vinil, a pergunta explora como a materialidade da música,

representada pelo vinil, pode reforçar ou modificar a autopercepção dos colecionadores como fãs. O objetivo era entender se a posse do disco físico é vista como um símbolo de devoção e se isso contribui para um sentimento de superioridade ou autenticidade em relação a outros modos de consumo musical.

Gráfico 6 - Quinta pergunta do questionário

Em uma escala de um até dez, o quão você se acha mais fã de determinado artista/banda por possuir um disco de vinil dele se comparado com a...is fã e um é menos fã que ouvintes de streaming.

53 respostas



Fonte: Google Forms

Para finalizar o questionário, as duas últimas perguntas foram elaboradas com o intuito de mapear as tendências de consumo dos colecionadores de vinil em Recife. A primeira delas investiga quais épocas predominam nas coleções, buscando identificar se há uma preferência por determinados períodos históricos da música, como a década de 60 ou 70, que são frequentemente associadas a movimentos culturais e musicais significativos.

A segunda pergunta explora quais gêneros musicais são mais representativos no acervo dos colecionadores, com o objetivo de compreender se existe uma inclinação maior por estilos específicos, como rock, MPB ou jazz. Juntas, essas perguntas ajudam a traçar um perfil inicial das tendências de consumo dos colecionadores, revelando não apenas as suas preferências musicais, mas também possíveis influências de tendências nostálgicas ou de movimentos culturais em suas escolhas.

Além da aplicação de um questionário para mapear os padrões de consumo e as motivações dos colecionadores de vinil, também foram realizadas entrevistas semiestruturadas com um grupo de participantes selecionados aleatoriamente e de acordo com a disponibilidade dos entrevistados.

O objetivo das entrevistas foi aprofundar as informações coletadas no questionário, permitindo uma análise mais detalhada das vivências pessoais dos colecionadores e de como suas práticas de consumo podem estar relacionadas a aspectos emocionais e culturais. As entrevistas trouxeram à tona narrativas que ajudaram a entender não apenas os hábitos de compra e preservação dos discos, mas também os significados atribuídos a essa prática, revelando nuances que o questionário por si só não captaria.

A primeira pergunta das entrevistas focou nas motivações que levaram os participantes a começar a colecionar discos de vinil e no processo envolvido nessa decisão. Foi questionado aos colecionadores como e por que decidiram iniciar suas coleções e o que os leva a continuar investindo no formato físico, apesar da popularidade e conveniência das plataformas digitais. Essa abordagem permitiu capturar a complexidade emocional e simbólica que sustenta a prática de colecionar vinil em um cenário dominado pelo consumo digital.

A maioria dos colecionadores acompanhou de perto alguma das mídias físicas, CD ou vinil, e já possuía o hábito de colecionar música. Alguns dos colecionadores como Eduardo, Rodrigo e Rogério (todos com 46 anos), relataram conviver com o vinil ainda na infância, outros entrevistados como Gustavo (38 anos) e Rafael (39 anos) dizem lembrar da chegada dos CDs e do espaço do vinil ir diminuindo aos poucos pois estava sendo substituído pela nova mídia física.

Entre os entrevistados, uma participante apresentou uma perspectiva distinta em relação à maioria dos colecionadores. Enquanto a média de idade dos entrevistados foi de 37 anos, Isadora, de 23 anos, trouxe uma vivência que se diferencia significativamente dos demais. Ao contrário dos outros entrevistados, que viveram parte de suas trajetórias musicais durante as eras do vinil e do CD, Isadora cresceu em um ambiente já digitalizado. Sua relação com a música se desenvolveu em uma época de plataformas de *streaming*, oferecendo uma visão única sobre o colecionismo de vinil em um contexto dominado pela tecnologia digital. Ela começou a se interessar pelos discos de vinil por conta do acesso que teve a coleção do seu pai, ela detalha que:

Eu falei para o meu pai que queria começar a ter discos de vinil, mas só quando fosse mais velha e até lá eu só escutava pelo celular o que tinha ali, eu colocava no Spotify no

YouTube e ouvia. E aí meus pais me deram um toca-discos de aniversário eu acho que eu tinha 16 anos e aí eu peguei aqueles discos de vinil que meu pai já tinha e comecei a ouvir alguns, são até a maioria dos que eu tenho. A partir daí, comecei a ouvir e comecei a querer comprar e colecionar depois que eu ganhei um toca-discos (Isadora, 2024)

Em seguida, a segunda pergunta explorou as experiências sensoriais e emocionais dos colecionadores ao ouvir e adquirir discos de vinil, aprofundando o panorama apresentado nas questões anteriores do questionário, que já abordavam motivações e benefícios associados ao colecionismo. Essa pergunta visa captar como o ato de colecionar vinil transcende o simples consumo musical, influenciando a percepção emocional e sensorial dos entrevistados.

Um ponto em comum entre os entrevistados foi a diferença que eles sentem na experiência de ouvir música através do vinil. O seguinte comentário de Rodrigo encapsulou bem o que os colecionadores relataram nas suas entrevistas:

Tem gente que fala que o som é melhor, mas eu confesso que eu não tenho a sensibilidade auditiva para afirmar isso. Eu acho que é um pouco de resistência à revolução digital, sabe? Você mantém uma tradição analógica dentro de um mundo digital. Eu faço porque é mais difícil você escutar o disco de vinil em relação a escutar por meio digital. Tem que virar o disco quando acaba o lado. Isso tudo é mais difícil, mas há um prazer associado (Rodrigo, 2024).

Além dele, os outros entrevistados também reforçaram que ao ouvir música através do vinil, desenvolveram seus próprios rituais de consumo e com isso, sentem prazer em participar ativamente do consumo da obra não apenas ao se manter engajados na escuta mas também consomem as informações que muitas vezes estão presentes nas capas e encartes e se programam para ter o momento ideal. Mateus (29 anos) foi um dos entrevistados que falou tentar criar o momento ideal, que não vai ter interrupções para ele se dedicar a ouvir seu acervo:

Geralmente, quando eu escuto música no vinil, eu quero escutar mais para relaxar. Então coloco um disco e vou me deitar na rede e ficar escutando, lendo o encarte, uma experiência mais real. Quando eu escuto música através do streaming, a música vira plano de fundo para quando eu estou fazendo outra coisa, nunca é só parar para escutar (Mateus, 2024).

A terceira pergunta buscou compreender a perspectiva dos colecionadores em relação à atual popularidade dos discos de vinil. Foi solicitado que compartilhassem suas opiniões sobre o retorno do formato, questionando se acreditam que os discos de vinil de fato voltaram a ser populares ou se enxergam essa tendência como uma moda passageira. A intenção foi captar como

os colecionadores percebem essa retomada e se identificam algum elemento de durabilidade ou efemeridade na popularidade do vinil.

Entre as respostas obtidas, um tema recorrente para justificar o retorno do vinil foi a necessidade de reconexão com a música. Muitos colecionadores expressaram a percepção de que a relação proporcionada pelos serviços de *streaming* é superficial e efêmera, enquanto o vinil oferece uma experiência mais envolvente e duradoura, permitindo uma conexão mais profunda com as obras musicais.

Seguindo na temática de fortalecimento dos laços com as obras e artistas, André (29 anos) foi um dos entrevistados que comparou o retorno do vinil com a corrida:

É uma pergunta que parece muito com a pergunta sobre o porquê da corrida ser popular hoje. Parando para pensar, parece ter vindo de um ponto em comum, né? As pessoas não estavam maravilhosas antes da pandemia chegar, fazendo com que cada um ao seu modo lidasse com seus fantasmas, certos medos, certas coisas horrorosas. Então acho que é também uma estratégia de autocuidado que a corrida assim como o vinil vem sendo cada vez mais discutida, né? Tudo isso fez a gente refletir sobre as formas que estamos investindo o nosso tempo, quando eu falei que o ambiente muda muito como estamos me refiro também a um ambiente psíquico, né? Faz muito melhor para nós e vai ser uma vida muito mais longa se a gente tá exposto a coisas que não nos submetam a uma energia caótica assim e tragam nosso valor de identidade para cima. Então nada mais justo do que cultivar uma prática esportiva do que cultivar hábitos (André, 2024).

A perspectiva dos três lojistas entrevistados reforça a ideia de que o aumento na busca por discos de vinil está relacionado à necessidade de seus clientes de estabelecer uma conexão mais profunda com os artistas e bandas que apreciam. Segundo os lojistas, os consumidores buscam algo além da música digital, eles desejam uma experiência mais tangível e emocional, que o vinil, com sua fisicalidade e ritual de manuseio, consegue proporcionar. Esse sentimento de proximidade é visto como um fator importante que impulsiona o crescimento contínuo do mercado de vinil em Recife.

Apesar de admitir o crescimento das vendas do vinil na sua loja e em Recife no geral, Rafael (39 anos) disse que não considera que o vinil está popular, para isso acontecer, na visão dele, o vinil teria que estar nas casas de metade da população como era antigamente, quando, segundo ele, o toca-discos fazia parte do enxoval da casa assim como outros eletrodomésticos.

A quarta pergunta aprofundou-se nas coleções de vinil, com o objetivo de compreender os fatores que influenciam a escolha dos discos que integram o acervo de cada colecionador. Foram abordados aspectos como preferências por artistas específicos, gêneros musicais, raridade e valor

histórico, buscando entender como esses elementos moldam as decisões de compra. Além disso, a questão investigou como os colecionadores se percebem em relação à prática de colecionar, analisando se esse hábito influencia sua autoimagem e se há uma identificação particular com a cultura do colecionismo.

A intenção foi explorar de que maneira a posse dos discos contribui para a construção de suas identidades. Por fim, os lojistas entrevistados também foram questionados sobre os critérios que seus clientes utilizam para selecionar os discos que irão compor seus acervos. Todos os entrevistados afirmaram que os discos que compõem seus acervos refletem seus gostos musicais pessoais.

André e Mateus, em particular, destacaram que, em algumas ocasiões, adquiriram discos com base na estética da capa, sem conhecimento prévio do conteúdo musical, e relataram que essas experiências não resultaram em arrependimento, reforçando a dimensão visual e simbólica que o vinil também pode representar.

Ítalo (35 anos), um dos lojistas entrevistados, ao responder a essa pergunta, observou que seu público tem se tornado mais especializado. Segundo ele, os clientes estão em busca de edições mais exclusivas, como as versões especiais lançadas durante o *Record Store Day*. Ele também mencionou que, por vezes, discos clássicos, que anteriormente eram vendidos com maior frequência, agora demoram mais para serem comprados, pois muitos colecionadores já os possuem em seus acervos.

Na pergunta seguinte, colecionadores e lojistas foram questionados sobre os desafios enfrentados atualmente para expandir seus acervos. A questão visou identificar os obstáculos mais comuns, como a dificuldade de encontrar edições raras, os custos elevados ou a escassez de pontos de venda especializados. Além disso, buscou-se explorar possíveis oportunidades que poderiam ser melhor aproveitadas pelo mercado de vinil em Recife, na tentativa de identificar lacunas que, segundo os entrevistados, poderiam ser preenchidas para facilitar e incentivar o crescimento das coleções na região.

O consenso entre as respostas revelou que a maior dificuldade apontada tanto por lojistas quanto por colecionadores é o alto preço dos discos de vinil. Todos destacaram os elevados custos que o produto atinge em Recife, devido aos tributos impostos sobre importações e produção local. Esse fator foi considerado um dos principais entraves para a expansão dos

acervos e o crescimento do mercado, sendo uma preocupação compartilhada por todos os entrevistados.

Victor (37 anos) mencionou que o mercado de vinil está crescendo, tanto em Recife quanto em outros lugares que visitou, e que há uma demanda crescente por discos de vinil, especialmente entre os colecionadores mais jovens. Sobre o problema que ele e os outros lojistas enfrentam com a tributação, ele comentou:

Apesar dos impostos, o mercado de vinil só sobe, se eu tivesse mais discos importados, eu acho que eu venderia muito mais, o problema é que o governo não cria um incentivo para a importação de discos, que é cultura, e não tem diretamente uma concorrência aqui para justificar que está protegendo a indústria nacional. Você não tem um disco novo de uma banda internacional sendo produzido aqui, então qual o problema de vender um disco importado com uma taxa de importação um pouquinho mais barata, para ficar um preço mais amigável, para todo mundo poder comprar, não é? (Victor, 2024).

A entrevista com os colecionadores foi encerrada com uma pergunta sobre suas perspectivas para o futuro do mercado de vinil em Recife. Os entrevistados foram convidados a compartilhar suas opiniões sobre se acreditam que o mercado está em expansão e se pretendem continuar a colecionar discos nos próximos anos. Essa questão visava captar suas expectativas em relação à continuidade e à evolução do colecionismo de vinil na região, bem como identificar possíveis tendências que possam influenciar suas decisões futuras.

Os colecionadores mencionaram novamente o impacto dos altos preços dos discos de vinil devido aos impostos. Apesar dessa dificuldade, os entrevistados expressaram a intenção de continuar colecionando, ainda que com uma redução no volume de compras. Em relação ao futuro do mercado, tanto colecionadores quanto lojistas se mostraram otimistas, enxergando um crescimento contínuo e acreditando que mais pessoas estão interessadas em vivenciar uma experiência musical mais próxima e tangível.

A penúltima pergunta dirigida aos lojistas procurava compreender como eles percebem o perfil de seus clientes. A questão explora características demográficas, como faixa etária, além de preferências musicais e comportamentais, a fim de identificar padrões no perfil dos consumidores de vinil em Recife. A intenção era entender se o público que frequenta as lojas possui características em comum, como idade, gostos musicais ou motivações, e como essas características influenciam suas decisões de compra.

Ítalo, dono da loja Roxy Discos, disse que seu público tem entre 30 e 50 anos de idade e é formado por colecionadores mais experientes e que com isso, são mais criteriosos na hora de escolher quais discos vão comprar, ele afirma que:

Eu prefiro trabalhar com importados mesmo, aí minha loja vai ter esse tipo de perfil de colecionador um pouco mais criterioso, que já tem uma coleção, que pergunta às vezes até o código da matriz. É uma “galera” assim que é bem especializada, até quem está colecionando desde o início já sabe mesmo que quer. Às vezes deseja coisas específicas, aquela edição limitada, às vezes só pensam no exclusivo. Porque o vinil evoluiu muito assim nesse sentido, agora tem o Record Store Day e funcionou demais, mudou o perfil dos clientes. Todo mundo quer aquela edição exclusiva, né? Ter aquilo limitado que ninguém tem. Isso acontece muito com o nicho pop, talvez tanto quanto os discos de rock, os vinis de pop já saem com muito material exclusivo, é disco da Lana Del Rey já saindo com capa alternativa e o público mais novo às vezes nem tem o equipamento tão bom mas busca comprar logo aquele disco transparente ou com poster por ser um lançamento. Eu fico impressionado como isso só aumenta no mundo pop, às vezes lançam cinco edições diferentes do mesmo disco, não por que é aniversário ou algo do tipo, é de lançamento mesmo. O mercado sabe como o consumidor está se comportando, se a indústria está fazendo isso é porque está dando certo mesmo (Ítalo, 2024).

Sobre o perfil dos clientes na loja Bolacha, Victor comentou que, embora esteja observando certa diversificação no público, a maioria dos compradores de vinil continua sendo composta por pessoas com mais de 45 anos. Essa tendência sugere que, apesar do interesse crescente por discos entre faixas etárias mais jovens, os colecionadores mais antigos ainda representam uma parcela significativa dos consumidores de vinil. Ele disse que:

Tem a “galera” que coleciona mesmo, que tem um equipamento muito bom, geralmente essa turma é mais velha, né? É a “galera” de 45 pra cima, essa turma já tem um poder aquisitivo melhor, já trabalha, muitos deles já tem um filho crescido, então o hobby deles é comprar um equipamento bom, uma caixa de som boa, um receiver bom, sempre está trocando agulha das vitrolas e tem condição de viajar pra fazer isso e comprar disco bom. Comprar disco com prensagem legal, discos de jazz dos selos originais, da Blue Note, Columbia. São colecionadores que têm um maior respeito à obra. E assim como tem esses clientes, tem o público da “galera” mais nova, eu faço muito evento lá na loja, porque eu tenho um público que vai muito para evento, tudo relacionado à música, já fiz lançamento disco, noite com DJ, noite com banda, eu toco lá na loja também. É uma loja que agrega todo mundo que gosta de música, a música ela é presente na loja, independentemente se o cliente só usa Spotify, se apenas compra camiseta, se compra CDs ou compra vinil, até quem não compra nada, mas vai pra lá e acaba fazendo parte do momento por conta da música. Também frequenta na loja uma “galera” mais nova, que tá começando a colecionar CD, tem gente que é bem mais novinha que coleciona só CD tá rolando muito isso agora. Meu público é totalmente variado principalmente porque tem a parte de evento lá na loja, tem um bar e isso acaba agregando muita gente, mas a loja está sempre funcionando em função da música. As pessoas estão ali por conta da música, conversando sobre música, escutando música, conhecendo música. Mas tenho também os colecionadores que são mais exigentes com as prensagens, os clientes de 45

anos para cima, porque tem um equipamento muito bom, então ele sabe que a mídia, a prensagem vai resultar, uma melhor experiência. Para o público mais novo, que compra CD ou quer vinil só pra colecionar a capa ou tem um equipamento mediano, não vai fazer tanta diferença essas coisas, ele gosta muito da experiência, às vezes dá algo de algo que ele não viveu, tudo é válido (Victor, 2024).

Na loja de Rafael, a R Vinil, ele afirmou que cerca de 75% do seu público também é formado por colecionadores de longa data e, assim como os outros dois lojistas, ressalta que o preço do vinil também é um fator que influencia o perfil dos seus clientes:

Meu público é variado, tem todo tipo de colecionador, da “galera” mais jovem até a “galera” mais velha. Acho que a faixa total é de 35 anos para cima, a maioria, em torno de uns 75% dos clientes, e o restante é o público jovem, que ainda está começando, que muitas vezes vem através dos pais, através de conhecimento mesmo que descobre nas mídias e acaba conhecendo agora porque não teve esse contato com o vinil. Apesar disso, a maioria do perfil é formado por colecionadores dessa idade (35 anos ou mais), e que também é o público do maior do poder aquisitivo. Acho que o público jovem está sendo atraído por conta desses lançamentos que algumas gravadoras como a Universal Music, e umas revistas de assinaturas como a Noize também, lançando artistas novos que são justamente o que o público mais novo tem interesse, a Amazon também acaba trazendo muito artista de fora, por conta das compras internacionais. Esse público jovem, ele está surgindo mais agora, por conta desse tipo de produto novo que está chegando no mercado (Rafael, 2024).

As entrevistas com os lojistas foram encerradas com uma pergunta que visava entender a percepção que eles tinham sobre o próprio impacto na preservação da cultura do vinil na cidade do Recife. A intenção era explorar como eles enxergam o papel de suas lojas na manutenção e promoção dessa cultura, especialmente em um mercado que está em crescimento, mas ainda enfrenta desafios como a concorrência com formatos digitais e os altos custos de importação.

Eu enxergo de uma forma bastante positiva, mas acho que quem está de fora enxerga melhor do que eu. Porque eu tento sempre mostrar para o cliente que estou fazendo um trabalho legal, porque quando eu era “guri” e via os donos de outras lojas, ficava admirado, assim, com o trabalho da “galera”, entendeu? O “cara” tinha um asserido lindo, maravilhoso, tinha muita coisa que eu queria e eu não tinha acesso, porque eu não tinha dinheiro para comprar aí comprava um material uma vez no mês no máximo. E, assim, hoje fazendo esse trabalho, eu quero dar continuidade a isso, para deixar a “galera” feliz, porque eu fico muito feliz vendo a “galera” comprar discos assim como eu ficava naquela época, quando eu era jovem, entendeu? E, assim, minha atividade, eu acredito que isso seja bastante positivo nesse sentido, de deixar a “galera” feliz, criar na loja um ambiente confortável para se falar de música (Rafael, 2024).

Victor compartilha do sentimento de Rafael de desejar que a loja seja acima de tudo um ambiente para o fã de música se sentir em casa, ele disse que:

Tenho muito orgulho que loja se tornou assim, sempre quis que a loja fosse lembrada por um ambiente musical, mais do que um ambiente que você chegava lá e comprava seu disco, não queria que fosse uma loja só pra isso, apesar que acontece com frequência lá. Quero que o Bolacha seja importante culturalmente para a cidade, não só para o mercado de disco de vinil mas culturalmente importante (Victor, 2024)

A Roxy Discos, para Ítalo, tem o papel de facilitar o acesso dos consumidores aos discos de vinil que eles estão buscando, pois vê que muitos dos seus clientes sentem falta da experiência ao ouvir música.

Acho que o vinil cresceu muito porque antigamente era todo mundo tinha pelo menos um CD pirata, hoje em dia você não diz que tem a música, você diz que ela está no Spotify ou no streaming. Isso dividiu as pessoas, tem gente que está satisfeito e tem gente que se incomoda, que quer sentir que possui a obra e a Roxy está aí para isso, atender o cliente que é mais criterioso e não encontra em todo canto o vinil que está procurando (Ítalo, 2024)

Em conclusão, este capítulo proporcionou uma visão abrangente sobre o perfil dos colecionadores de vinil em Recife, bem como algumas de suas motivações e percepções a respeito da prática de colecionar discos. As respostas indicaram um público diverso, movido tanto pela nostalgia quanto pela busca por uma experiência mais sensorial e profunda com a música, mesmo em um cenário dominado pelo consumo digital. A relevância do vinil enquanto objeto de valor estético, histórico e cultural foi amplamente destacada, assim como os desafios enfrentados, especialmente em relação aos altos preços por conta dos impostos e à disponibilidade de edições exclusivas. Tanto colecionadores quanto lojistas enxergam um mercado em expansão, não só em Recife como no Brasil, evidenciando a continuidade do interesse pelo formato, ainda que com um volume de consumo mais moderado por conta do custo dos discos. Esses elementos, somados às percepções sobre o futuro do mercado de vinil em Recife, reforçam o papel das lojas e dos colecionadores na manutenção e valorização dessa cultura, apontando para uma convivência harmoniosa entre o tradicional e o digital.

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

As investigações conduzidas ao longo dessa pesquisa permitiram alcançar um entendimento inicial sobre as tendências de consumo e comportamento dos colecionadores de disco de vinil em Recife. Observou-se que, apesar do predomínio dos serviços de *streaming*, o vinil se destaca como um objeto de consumo carregado de significados emocionais e culturais, muitas vezes associado à nostalgia e ao prazer sensorial proporcionado pelos rituais de manuseio e audição.

Embora o estudo tenha focado especificamente na realidade de Recife, foi possível observar que o consumo de discos de vinil transcende a simples aquisição de música, revelando-se como um fenômeno associado à nostalgia, ao valor simbólico e aos rituais de consumo. Para muitos, o ato de colecionar vinil é entendido como um levante contra a imaterialidade dos formatos digitais e a instantaneidade dos serviços de *streaming*. O retorno dos LPs como objetos de consumo, em Recife, reflete a busca por experiências de consumo mais tangíveis e emocionais, algo que o formato analógico proporciona de maneira singular.

A pesquisa revelou que muitos dos colecionadores de vinil compartilham um sentimento comum de apego emocional aos discos, que vai além da música em si. Entre os motivos para continuar a coleção, destacam-se o prazer sensorial proporcionado pelo vinil, a qualidade sonora percebida e a ligação afetiva com a representatividade do objeto, uma ligação afetiva tanto com os artistas e bandas, quanto com a obra em si. Os resultados também indicam que a faixa etária média dos colecionadores recifenses é superior a 35 anos, com exceções como a de Isadora, uma jovem de 23 anos, que representa uma nova geração de consumidores que se interessam pelo vinil mesmo sem ter vivenciado sua era áurea.

A pesquisa, contudo, possui algumas limitações, como o número limitado de participantes entrevistados e a ausência de dados sobre as vendas de segunda mão de vinil. Estes fatores podem ter influenciado na generalização dos resultados. Além disso, a investigação centrou-se exclusivamente na cidade de Recife, o que sugere a necessidade de estudos futuros que comparem o comportamento de colecionadores em diferentes regiões do país ou que explorem com mais profundidade o impacto de fatores socioeconômicos no colecionismo.

Ao resgatar o valor cultural e emocional do vinil, a pesquisa contribui para uma reflexão sobre o papel dos objetos analógicos em uma sociedade cada vez mais digital. Estudos futuros

podem expandir esse debate, investigando como o mercado de vinil vai se comportar caso não haja mudanças na tributação da mídia, ou ainda explorando mais amplamente o impacto dessa prática em diferentes contextos sociais e culturais.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ABRÃO, J. A. M. PEREZ, Clotilde. Há limites para o consumo? São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2020. 144 p. Revista Famecos, p. 1–3, 2020. PEDRO FRANCO. Mercado Fonográfico Brasileiro 2022. [s.l.: s.n.]. Disponível em: <<https://pro-musicabr.org.br/wp-content/uploads/2023/03/2023-03-20-Mercado-Brasileiros-em-2023.pdf>>.
- BENJAMIN, W. O anjo da história. [s.l.] Editora Autentica, 2012.
- BONDER, E. História e evolução dos toca-discos. Disponível em: <<https://noize.com.br/historia-e-evolucao-dos-toca-discos/#1>>.
- FLECK, J. P. D. S.; ROSSI, C. A. V. Vinileiros – a vídeo-etnografia do colecionador de vinil. Iluminuras, v. 10, n. 23, p. 1–16, 2009.
- GAUZISKI, D. O resgate do vinil: Uma análise do mercado atual e dos colecionadores na cidade do Rio de Janeiro. C-Legenda - Revista do Programa de Pós-graduação em Cinema e Audiovisual, n. 28, p. 83, 2013.
- JENKINS, H. Cultura da convergência. [s.l.] Editora Aleph, 2009.
- KOENIG, J. The Dictionary of Obscure Sorrows. New York: Simon & Schuster, 2021.
- MELHORAMENTOS, E. Michaelis. Disponível em: <<https://michaelis.uol.com.br/>>. Acesso em: 10 jul. 2024.
- MELO, M. DA M. et al. Produção científica sobre consumo de discos de vinil: uma revisão sistemática. [s.l.: s.n.].
- MOWEN, J. C.; MINOR, M. B. Comportamento Do Consumidor. 1a ed. [s.l.] Pearson, 2008.
- PANDELÓ, N. Polysom completa 15 anos de reabertura com expansão e inovações no mercado de vinil. Disponível em: <<https://www.tenhomaisdiscosqueamigos.com/2024/06/29/polysom-15-anos-reabertura-expansao/>>. Acesso em: 10 set. 2024.
- PRUKS, C. Opinião: A ‘VERDADE’ SOBRE VINIL VS DIGITAL. Disponível em: <<https://clubedoaudio.com.br/edicao-299/opiniao-a-verdade-sobre-vinil-vs-digital/>>. Acesso em: 27 set. 2024.
- RAPELI, M. R. Tocando o autêntico: os significados da autenticidade no consumo de discos de vinil. [s.l.] Escola Superior de Propaganda e Marketing, 2018.
- RIBEIRO, A. P. G. Mercado da nostalgia e narrativas audiovisuais. E-Compós, v. 21, n. 3, 2018.
- SAX, D. A vingança dos analógicos: Por que os objetos de verdade ainda são importantes. [s.l.] Anfiteatro, 2017.

SCHMITT,V.;ANTONIO,F.;FIALHO,P.RevistadaAssociaçãoNacionaldosProgramasde Pós-Graduação em Comunicação A Cauda Longa e o jornalismo Como a teoria da Cauda Longa se aplica no jornalismo. [s.d.].

VIEIRA, M. L. O Som do Disco de Vinil é Realmente Melhor? Disponível em:

<<https://osomdovinil.com/som-disco-vinil-melhor/>>. Acesso em: 27 set. 2024.

ZIADY, H. Discos de vinil e Taylor Swift impactam juros e inflação do Reino Unido; entenda como.

Disponível em:

<<https://www.cnnbrasil.com.br/economia/macroeconomia/discos-de-vinil-e-taylor-swift-impactam-juros-e-inflacao-do-reino-unido-entenda-como/>>.

APÊNDICE A – QUESTIONÁRIO

1. Qual o seu objetivo ao comprar um disco de vinil?

- ☐ Apoiar o artista/banda financeiramente ☐ Ouvir música com uma qualidade que julgo ser melhor ☐ Mostrar que sou muito fã de determinado artista/banda ☐ Decorar espaços da minha casa com artistas/bandas que sou fã ☐ Experienciar proximidade maior com a música ☐ Porque você continua colecionando vinil hoje em dia?

2. Já colecionava discos antes do *streaming*, agora busco expandir/renovar o acervo

- ☐ Sou muito fã de determinado artista/banda e desejava possuir suas músicas
☐ Me interessa por músicas pré-digital, quero ouvir a música como se ouvia na época da gravação
☐ Ganhei disco se/outoca-disco se a partir daí comecei a comprar/ou me interessei por vinil
☐ Busco ouvir música da maneira que acho mais fidedigna à gravação
☐ Quais dos benefícios você mais aproveita por conta da sua coleção de discos de vinil:

3. Conheci outras pessoas que compartilham dos mesmos gostos musicais

- ☐ Ouço música com maior qualidade
☐ Decorei espaços com meus vinis
☐ Me sinto mais próximo dos artistas/bandas que fazem parte do acervo
☐ Me interessei mais sobre a história dos artistas/bandas que fazem parte do meu acervo

4. Você continua usando serviços de *streaming* e/ou outros meios digitais para ouvir música?

- ☐ Sim, coleciono vinil mas não possuo toca discos ☐ Sim, a maioria das vezes que ouço música é por *streaming* ☐ Sim, mas de vez em quando ouço música é por *streaming* mas prefiro vinil ☐ Não, ouço música apenas através do vinil e outros meios físicos

Em uma escala de um até dez, o quanto você se acha mais fã de determinado artista/banda por possuir um disco de vinil dele se comparado com alguém que ouve apenas por *streaming*? Considere que 10 é muito mais fã e um é menos fã que ouvintes de *streaming*.

5.

6. A maior idade seu acervo é formado por:

- ☐ Artistas/bandas atuais(surgiram a partir de 2020) (
☐ Artistas recentes(surgiram entre 2010 e 2020) (☐ Artistas
dos anos 2000(surgiram entre 2000 e 2010) (☐ Artistas da
década de 90(surgiram entre 1990 e 2000) (☐ Artistas da
década de 80(surgiram entre 1980 e 1990) (☐ Artistas da
década de 70(surgiram entre 1970 e 1980) (☐ Artistas da
década de 60(surgiram entre 1960 e 1970) (☐ Artistas de
antes da década de 60

7. A maior idade seu acervo é formado por qual gênero musical?

- ☐ Artistas/bandas de Rock e derivados
☐ Artistas/bandas de Rap e derivados
☐ Artistas/bandas de Sertanejo e derivados
☐ Artistas/bandas de Soul/R&B e derivados
☐ Artistas/bandas de MPB e derivados

APÊNDICE B – ROTEIRO DE ENTREVISTA ESTRUTURADA

PERGUNTAS

1. Como e quando você começou a colecionar discos de vinil? O que te levou a continuar colecionando vinil, especialmente em uma era dominada por música digital de fácil acesso?
2. Como você descreveria a experiência física e emocional de manusear e ouvir um disco? Você tem algum ritual específico quando vai ouvir seus discos de vinil?
3. Na sua opinião, porque o vinil voltou a ser popular?
4. Como você escolhe os discos que entram na sua coleção?
5. Há desafios ou oportunidades que você percebe como colecionador em Recife?
6. Acha que o vinil continuará relevante nos próximos anos?
7. Que tipo de cliente costuma frequentar a loja? Houve alguma mudança no perfil dos clientes nos últimos anos?
8. Os clientes estão mais interessados em edições raras ou limitadas, ou preferem novos lançamentos e reedições?
9. Como você descreveria o mercado de vinil em Recife? Houve alguma alteração na forma como os clientes compram vinil, online versus presencial?
10. Como você enxerga o papel da loja na preservação cultural do vinil?

APÊNDICE C –TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO - COLETA
DE DADOS VIRTUAL

UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO
CENTRO DE ARTES E COMUNICAÇÃO
DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL
CURSO DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA

TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO - COLETA DE DADOS
VIRTUAL

Convidamos o (a) Sr. (a) para participar como voluntário (a) da pesquisa: O PESO DA MÚSICA NAS MÃOS: UM ESTUDO SOBRE COLECIONADORES DE VINIL EM RECIFE, sob orientação de Prof. Dr. Rogério Luiz Covaleski.

Todas as suas dúvidas podem ser esclarecidas com o responsável por esta pesquisa. Apenas quando todos os esclarecimentos forem dados e você concorde em participar desse estudo, pedimos que assinale a opção de “Aceito participar da pesquisa” no final desse termo.

O (a) senhor (a) estará livre para decidir participar ou recusar-se. Caso não aceite participar, não haverá nenhum problema, desistir é um direito seu, bem como será possível retirar o consentimento em qualquer fase da pesquisa, também sem nenhuma penalidade.

INFORMAÇÕES SOBRE A PESQUISA:

Este trabalho tem como objetivo principal analisar as motivações subjetivas e objetivas dos colecionadores de discos de vinil na cidade do Recife, Pernambuco. A pesquisa aborda a história do consumo de vinil, explorando sua evolução e o atual cenário no Brasil e no mundo. Através de uma revisão bibliográfica e da aplicação de entrevistas e questionários, buscou-se entender as tendências de consumo do colecionador recifense e compreender os fatores emocionais, culturais e econômicos que influenciam a continuidade desse hábito. Além disso, o

estudo investiga a relação entre o colecionismo de vinil e a nostalgia, assim como os rituais de consumo que permeiam essa prática. O ressurgimento global do vinil, em um contexto dominado pelo consumo digital de música, também é analisado, destacando o crescimento do mercado e as especificidades do cenário brasileiro. A partir desses aspectos, o trabalho pretende contribuir para uma compreensão mais ampla do mercado de consumo analógico e de como ele se conecta com questões identitárias e culturais na atualidade.

Esclarecemos que os participantes dessa pesquisa têm plena liberdade de se recusar a participar do estudo e que esta decisão não acarretará penalização por parte dos pesquisadores. Todas as informações desta pesquisa serão confidenciais e serão divulgadas apenas em eventos ou publicações científicas, não havendo identificação dos voluntários, a não ser entre os responsáveis pelo estudo, sendo assegurado o sigilo sobre a sua participação. Os dados coletados nesta pesquisa através de entrevista estruturada realizada de forma remota pela plataforma *Google Meet*, gravadas pelo celular do pesquisador. Ficarão armazenados no computador pessoal do pesquisador, sob sua responsabilidade, pelo período de mínimo 5 anos após o término da pesquisa.

Nada lhe será pago e nem será cobrado para participar desta pesquisa, pois a aceitação é voluntária, mas fica também garantida a indenização em casos de danos, comprovadamente decorrentes da participação na pesquisa, conforme decisão judicial ou extra-judicial. Se houver necessidade, as despesas para a sua participação serão assumidas pelos pesquisadores (ressarcimento de transporte e alimentação).

Em caso de dúvidas relacionadas aos aspectos éticos deste estudo, o (a) senhor (a) poderá consultar:

- o Comitê de Ética em Pesquisa Envolvendo Seres Humanos da UFPE no endereço: Avenida da Engenharia s/n – 1º Andar, sala 4 - Cidade Universitária, Recife-PE, CEP: 50740-600, Tel.: (81) 2126.8588 – e-mail: cephumanos.ufpe@ufpe.br.
- Pesquisadores: RafaelDiasdeOliveira|Telefone:(81)99820–2901|E-mail: rafael.diaso@ufpe.br
| Telefone: E-mail: rogerio.covaleski@ufpe.br

CONSENTIMENTO DA PARTICIPAÇÃO DA PESSOA COMO VOLUNTÁRIO

(A)

Eu, _____, CPF _____, abaixo assinado, após a leitura (ou a escuta da leitura) deste documento e de ter tido a oportunidade de conversar e ter esclarecido as minhas dúvidas com o pesquisador responsável, concordo em participar do estudo O PESO DA MÚSICA NAS MÃOS: UM ESTUDO SOBRE COLECIONADORES DE VINIL EM RECIFE, como voluntário (a). Fui devidamente informado (a) e esclarecido (a) pelo(a) pesquisador (a) sobre a pesquisa, os procedimentos nela envolvidos, assim como os possíveis riscos e benefícios decorrentes de minha participação. Foi-me garantido que posso retirar o meu consentimento a qualquer momento, sem que isto leve a qualquer penalidade.

Tendo em vista os itens acima apresentados, eu, de forma livre e esclarecida, manifesto meu consentimento para participar da pesquisa.

() Aceito Participar da pesquisa

() Não aceito participar da pesquisa

Assinatura do Pesquisador

Assinatura do participante

APÊNDICE D – TRANSCRIÇÃO DE ENTREVISTAS

ENTREVISTA COM GUSTAVO RODRIGUES

Realizada em 10/09/2024

Analista de sistemas, 38 anos

P1: Como e quando você começou a colecionar discos de vinil? O que te levou a continuar colecionando vinil, especialmente em uma era dominada por música digital de fácil acesso?

Eu sempre gostei de música, desde muito pequeno, desde muito criança, e aí eu comecei com os discos de Xuxa, Angélica, que ganhava de aniversário. E meu pai ele tinha uma pequena coleção, não era grande coisa, mas ele tinha trilha das novelas, Roberto Carlos, e eu me lembro muito, com cinco, seis anos, de aprender a usar, ele tem um som profissional. Então com cinco anos estava escutando MPB, eu estava no Leila Pinheiro, Maria Bethânia, Chico Buarque, Reginaldo Rossi, e aí continuei ao longo da minha infância, adolescência. Quando os vinis deixaram de ser fabricados em larga escala no país, no final do ano de 95, eu estava querendo o disco do Mamonas Assassinas, na época eu morava no interior, e nas lojas que tinha lá não tinha mais o vinil, só tinha o CD. E aí passei alguns bons anos, sem comprar vinil, mesmo usados, até mais ou menos 2003, 2004, quando voltei a frequentar sebos. Comprei uma quantidade absurda de discos e a preços super em conta, desde então não parei mais. Continuo ouvindo muito vinil porque não me adaptei bem aos *streamings*, eu não descubro muitas músicas novas porque não me adaptei. Sinto que só consigo prestar atenção se eu tiver com o objeto em mãos, se der conseguir ler a ficha técnica, saber o técnico de som, o engenheiro, produtor, saber a banda, os músicos que tocaram ali, se Fulano já tocou com o Beltrano, isso pra mim faz parte da experiência de ouvir música.

P2: Como você descreveria a experiência física e emocional de manusear e ouvir um disco? Você tem algum ritual específico quando vai ouvir seus discos de vinil?

Para mim a música, ela é muito sensorial, porque tem o cheiro da tinta no encarte, tem a visão de você ver a obra do artista que fez a capa, a fotografia, e você tirar o disco de dentro do plástico, colocar para tocar, colocar a agulha, esperar aqueles segundinhos antes de começar a música e acabar, e você ter que virar para ouvir o lado B, assim, tem todo, envolve todo um ritual. Isso para uma pessoa que tem esse apego ao passado, à nostalgia, acho que é por isso que muita gente busca ouvir os discos.

P3: Na sua opinião, por que o vinil voltou a ser popular?

G: Muito por conta da experiência, sabe? Não só de ouvir mas tem toda uma cultura de colecionar discos que é muito legal, ir nas lojas, conversar com as pessoas na loja, chegar em casa e colocar o vinil para rodar. É muito diferente de ouvir só pelo *streaming*.

P4: Como você escolhe os discos que entram na sua coleção?

Quando eu começo a colecionar, começo pela discografia de um artista, eu vou querer a discografia completa, ao menos a discografia principal. Dito isso, teve uma época que eu comprava tudo, saía um disco ao vivo, eu comprava o CD e o DVD, aí eu tenho casos que eu tenho um vinil e o DVD. Agora decidi que vou priorizar o disco, eu não gosto muito de assistir ao show de casa.

P5: Há desafios ou oportunidades que você percebe como colecionador em Recife?

Eu sinto que hoje em dia tem mais lojas e isso é muito legal, principalmente ali na região do centro tem muito sebo e lojas que são boas. Infelizmente outra coisa que vem crescendo é a inflação que o mercado de disco de vinil teve nos últimos anos. Quando eu comecei a colecionar, e acho que até 2012, por aí, eu comprava discos raros, uns clássicos, por no máximo 20, 25 reais. Para você ter uma noção, eu comprei o Clube da Esquina 1 por 20 reais e o Clube da Esquina 2 por 10 reais. Hoje em dia, cada um custa em torno de 300, 400 reais.

P6: Acha que o vinil continuará relevante nos próximos anos?

Acho que o mercado tende a crescer ainda mais, até se estabilizar. É difícil fazer uma previsão, mas acho que nos próximos anos ele ainda consegue dar uma crescida. Porque isso é uma tendência do mundo todo, a torta e a direita tem notícia de que o vinil está crescendo, ficando mais popular.

ENTREVISTA COM EDUARDO CUNHA

Realizada em 11/09/2024

Fotógrafo, 46 anos

P1: Como e quando você começou a colecionar discos de vinil? O que te levou a continuar colecionando vinil, especialmente em uma era dominada por música digital de fácil acesso?

E: Os discos de vinil existem na minha vida desde sempre, meus pais compravam discos do Balão Mágico, do Trem da Alegria, Toquinho e um bocado de discos para crianças. Tenho 46

anos, fiz parte de uma geração que ainda escutava muito disco de vinil na infância. Não é uma coleção que comecei a adquirir adulto, é uma coleção que eu tenho desde a infância. Eu já era colecionador, vou dizer assim, sem saber que eu estava nesse lugar de colecionador. Hoje eu continuo colecionando por conta da sinestesia, é o fato de poder tocar no disco, colocar ele no tocador, o fato dos encartes serem diferenciados e por isso ter contato com as letras das músicas. Não que no digital não tenha, mas enfim, é diferente. É um processo de escuta analógico, você tem contato com quem tocou guitarra naquela música e no *streaming* pode até ter essa informação lá mas dificilmente as pessoas procuram por isso.

P2: Como você descreveria a experiência física e emocional de manusear e ouvir um disco? Você tem algum ritual específico quando vai ouvir seus discos de vinil?

É hábito que eu tenho quando vou escutar vinil, é eu apenas fazer isso. Eu não coloco o disco e vou fazer outra coisa, normalmente eu fico escutando o disco, eu não salteio as músicas, eu boto nele a primeira música, escuto lado A, depois de ouvir, escuto o lado B. O ritual que eu tenho é esse: parar e realmente ouvir o disco

P3: Na sua opinião, por que o vinil voltou a ser popular?

Eu acho que é uma mídia que nunca morreu. Ela diminuiu drasticamente principalmente por conta da época do CD e hoje em dia por conta do *stream*. Porém, vejo muitos artistas hoje em dia usando o vinil como uma forma de monetizar sua música.

P4: Como você escolhe os discos que entram na sua coleção?

Acho que 80 ou 90% dos meus discos foram herdados, acho que tenho cerca de 250 discos hoje. E os outros eu escolhi muito pelo meu gosto musical, principalmente se for algum disco que tem um significado especial para mim, apesar disso também gosto de comprar discos que são obras completas feito o “Milagre dos Peixes” do Milton Nascimento que a capa, toda a embalagem é uma obra a ser apreciada também.

P5: Há desafios ou oportunidades que você percebe como colecionador em Recife?

No Recife existem bons sebos e lojas, uma galera muito especializada, o rapaz que fica lá no Mercado da Encruzilhada. O Mercado existe e as pessoas compram, normalmente os lojistas trabalham tanto com discos novos quanto usados. Acho que tem bastante opção, tem também as revistas de assinatura, fui assinante da Noize por um tempo e claro tem também como importar caso você esteja buscando uma raridade, apesar que o preço muitas vezes não compensa.

P6: Acha que o vinil continuará relevante nos próximos anos?

Tenho quase certeza que sim, o mercado está dando todos os sinais que sim. A AudioTechnica voltou a lançar vitrolas novas, a JBL tá lançando vitrola, essa galera um tempo atrás não fazia novidade para o mercado do vinil, então eles devem estar tendo esse retorno, essa demanda. Além disso os jovens estão entrando muito nesse mercado, eu sou fotógrafo e vez por outra quando vou em algum evento, alguma festa, vejo jovens usando as *CyberShots*, perguntei uma vez porque e eles usam por conta da estética. Com o vinil é a mesma coisa, eles ouvem música no *streaming* na rua e vinil em casa.

ENTREVISTA COM ROGÉRIO MENDES

Realizada em 11/09/2024

Professor de literatura, 46 anos

P1: Como e quando você começou a colecionar discos de vinil? O que te levou a continuar colecionando vinil, especialmente em uma era dominada por música digital de fácil acesso?

Rh, essa é uma história interessante. Quando eu era criança, minha mãe sempre ouvia discos de vinil em casa, além disso tinham muitos discos infantis feito “Os três porquinhos”. Eu acho que isso acabou ficando na minha cabeça, sabe? Mas foi só mais tarde, já na adolescência, que comecei a me interessar de verdade. Na década de 90, a gente se desfez de toda a coleção de vinil e começou a comprar CD porque parecia que era uma mídia que não tinha como voltar. O CD era portátil, oferecia qualidade maior, aí a minha família se desfez. Depois veio a cultura MP3, música digital e não consegui me adaptar, e, agora, a cultura do stream. Só que em torno de 2013, o Brasil estava em um momento bacana, o dólar estava baixo e eu comecei a observar na internet vendas de vinis importados, coisas que eu queria muito e não tinha quando era criança. Decidi começar a comprar mesmo sem ter passa-disco e agora coleciono até hoje.

P2: Como você descreveria a experiência física e emocional de manusear e ouvir um disco? Você tem algum ritual específico quando vai ouvir seus discos de vinil?

R: Bom, o *streaming* é prático, claro, mas ele não traz a mesma sensação que o vinil. Com o vinil, eu me conecto mais com a música, sabe? O formato físico, a capa, o som mais "quente" que ele produz, tudo isso me faz valorizar mais cada álbum. Até ir nas lojas, antigamente a gente ia pra loja e o que eu mais gostava na loja era ser atendido pelo vendedor, era uma coisa muito bacana que eles faziam, perguntavam o que você queria ouvir e muitas vezes eu saía da loja com mais opções e ficava na cabeça porque eu queria comprar depois, seguindo as recomendações do vendedor. Além disso, tem a questão dos rituais de consumo, é bem clichê, mas eu gosto de como o vinil me força a ouvir o álbum inteiro, diferente das playlists do *streaming*. Gosto muito de

parar para ouvir a música, olhando a capa, e todas as informações, quando era mais novo eu ficava me atendo às letras e os detalhes da capa. Hoje eu tenho me interessado mais por quem gravou as músicas, os detalhes técnicos, qual músico tocou o que, o produtor.

P3: Na sua opinião, por que o vinil voltou a ser popular?

R: Acho que a cultura do vinil chegou e fica, mas, como Recife é uma cidade de *hype*, a gente não sabe até quando pode durar. Porque é um *hobby* caro, hoje para comprar um disco de vinil você tem que estar disposto a pagar pelo menos R\$200,00, se encontrar em algum lugar que venda barato.

P4: Como você escolhe os discos que entram na sua coleção?

R: Me baseio mesmo pelo meu gosto musical, tem gente que só compra disco pela raridade, por estar em perfeitas condições, mas eu compro mesmo porque vou ouvir.

P5: Há desafios ou oportunidades que você percebe como colecionador em Recife?

R: Preço principalmente, acho que aqui em Recife estamos bem servidos de lojas, tem a Pulga se você quer algum disco mais focado em música americana, tem o Bolacha se quer música mais alternativa no geral, tem R Vinil lá no Mercado da Encruzilhada. O problema realmente é que é caro, o negócio está crescendo e muita gente ganhando dinheiro com isso, o preço aumentou de um jeito que dificulta o acesso

P6: Acha que o vinil continuará relevante nos próximos anos?

R: Acho que sim, o mercado está expandindo, tem mais opções para quem estiver interessado em começar a comprar, tem os clubes de assinatura feito a Noize, tem a Amazon, tem as lojas por aqui pela cidade e também pela internet.

ENTREVISTA COM VICTOR SERAK

Realizada em 11/09/2024

Colecionador e vendedor de discos de vinil, 37 anos

P1: Como e quando você começou a colecionar discos de vinil? O que te levou a continuar colecionando vinil, especialmente em uma era dominada por música digital de fácil acesso?

V: Comecei a colecionar uma mídia física quando eu tinha oito anos de idade, isso era o comecinho de 1995, o *boom* do CD. Na época era a única forma de você conseguir escutar um disco todo era se você fosse na loja e comprasse o CD, o vinil já não era tão popular. Não existia pirataria ainda, aqueles carrinhos embaixo da pracinha para você comprar CD por 5 reais e nem dava para gravar os CDs em casa. Então, basicamente se ouvia música pelo CD ou através das rádios que tocavam os singles e televisão.

P2: Como você descreveria a experiência física e emocional de manusear e ouvir um disco? Você tem algum ritual específico quando vai ouvir seus discos de vinil?

V: Não é só ritual, mas eu tenho até algo que é recorrente com o disco de vinil, e que é muito diferente de você consumir uma música no Spotify, ou um vídeo no Youtube, ou às vezes mesmo um CD, que é mais fácil de você trocar a música. Coloco o vinil geralmente quando vou tomar um café, sempre faço alguma coisa para acompanhar, leio o encarte, acompanho as letras. Eu acho que 95% das vezes que eu coloco o disco de vinil, eu escuto ele todo, até as músicas que eu não gosto de escutar. Por isso, acho mais fácil eu ter uma relação completa com a obra, se eu estou escutando o disco de vinil.

P3: Na sua opinião, por que o vinil voltou a ser popular?

V: Porque tudo está tão digital, tudo tão efêmero, restrito a telinha do celular que quando a pessoa pega um vinil na mão, é uma experiência muito diferente para ele. Principalmente para essa nova geração que não viveu o CD e muito menos o vinil.

P4: Como você escolhe os discos que entram na sua coleção?

V: Tudo que for dos (Rolling) Stones e também artistas e bandas que eu acho interessante, novas versões ou raridades que descubro através da loja.

P5: Há desafios ou oportunidades que você percebe como colecionador em Recife?

V: Principalmente os preços, é uma situação complicada por conta da taxaço na alfândega. Lá na loja eu importava muito disco, hoje em dia reduzi bastante a quantidade por conta disso, tem menos encomenda por causa dos preços. É algo que eu realmente não entendo, não tem competição com a indústria nacional, aqui acho que a maioria da fabricação dos discos aqui no país são de artistas nacionais, não faz sentido ter que pagar cotas altas de imposto para produtos de cultura, falo nem só de vinil mas livros e filmes também.

P6: Acha que o vinil continuará relevante nos próximos anos?

V: Acho que sim, quase todo dia chega alguém que está começando a colecionar, alguém querendo comprar um disco para dar de presente para um conhecido, isso para mim, mostra que o vinil está aqui para ficar mesmo.

P7: Que tipo de cliente costuma frequentar a loja? Houve alguma mudança no perfil dos clientes nos últimos anos?

V: Tem a galera que coleciona mesmo, que tem um equipamento muito bom, geralmente essa turma é mais velha, né? É a galera de 45 pra cima, essa turma já tem um poder aquisitivo melhor, já trabalha, muitos deles já tem um filho crescido, então o hobby deles é comprar um equipamento bom, uma caixa de som boa, um *receiver* bom, sempre está trocando agulha das vitrolas e tem condição de viajar pra fazer isso e comprar disco bom. Comprar disco com prensagem legal, discos de jazz dos selos originais, da Blue Note, Columbia. São colecionadores que têm um maior respeito à obra. E assim como tem esses clientes, tem o público da galera mais nova, eu faço muito evento lá na loja, porque eu tenho um público que vai muito para evento, tudo relacionado à música, já fiz lançamento disco, noite com DJ, noite com banda, eu toco lá na loja também. É uma loja que agrega todo mundo que gosta de música, a música ela é presente na loja, independentemente se o cliente só usa Spotify, se apenas compra camiseta, se compra CDs ou compra vinil, até quem não compra nada mas vai pra lá e acaba fazendo parte do momento por conta da música. Também frequenta na loja uma galera mais nova, que tá começando a colecionar CD, tem gente que é bem mais novinha que coleciona só cd tá rolando muito isso agora. Meu público é totalmente variado principalmente porque tem a parte de evento lá na loja,

tem um bar e isso acaba agregando muita gente, mas a loja está sempre funcionando em função da música. As pessoas estão ali por conta da música, conversando sobre música, escutando música, conhecendo música. Mas tenho também os colecionadores que são mais exigentes com as prensagens, os clientes de 45 anos para cima, porque tem um equipamento muito bom, então ele sabe que a mídia, a prensagem vai resultar, uma melhor experiência.

P8: Os clientes estão mais interessados em edições raras ou limitadas, ou preferem novos lançamentos e reedições?

V: Respondido na pergunta acima

P9: Como você descreveria o mercado de vinil em Recife? Houve alguma alteração na forma como os clientes compram vinil, online versus presencial?

V: Apesar dos impostos, o mercado de vinil só sobe, se eu tivesse mais discos importados, eu acho que eu venderia muito mais, o problema é que o governo não cria um incentivo para a importação de discos, que é cultura, e não tem diretamente uma concorrência aqui para justificar que está protegendo a indústria nacional. Você não tem um disco novo de uma banda internacional sendo produzido aqui, então qual o problema de vender um disco importado com uma taxa de importação um pouquinho mais barata, para ficar um preço mais amigo, para todo mundo poder comprar, não é?

P10: Como você enxerga o papel da loja na preservação cultural do vinil?

V: Eu não queria chegar aos meus 80 anos e olhar pra trás e só lembrar desse lance do vinil e da mídia física. O que eu tento fazer é que a loja seja um lugar de encontro de pessoas que são apaixonadas por música. Porque é aquilo que eu falei, você consegue comprar qualquer disco na internet só usando o cartão de crédito, dá para você consegue escutar qualquer música no seu Spotify mas você não consegue conversar com as pessoas, parar e escutar música no mesmo ambiente. Hoje está tão mais fácil, você consegue ver um vídeo de Anthony Fantano falando sobre o disco novo do Fontaines, você consegue conversar com seus amigos mandando uma

postagem no Instagram mas é algo muito rápido, não é algo que você vive no ambiente e isso faz muita diferença.

ENTREVISTA COM RODRIGO MIRANDA

Realizada em 12/09/2024

Engenheiro, 46 anos

P1: Como e quando você começou a colecionar discos de vinil? O que te levou a continuar colecionando vinil, especialmente em uma era dominada por música digital de fácil acesso?

R: Minha família tinha uns discos, depois eu uns do pai de um amigo meu, esse amigo me deu. Aí ele tinha muito vinil de rock internacional também e alguns de MPB também, depois comecei a colecionar. Eu acho legal o fato de ser um equipamento analógico, a física por trás do vinil, o fato de ter sulco nos discos e a agulha passando por esses sulcos, ter uma corrente elétrica que se transforma no som. Eu acho legal tudo isso, um objeto analógico e a engenharia por trás também. Um pouco de resistência à revolução digital, sabe? Você mantém uma tradição analógica dentro de um mundo digital. Apesar de ser mais difícil, acredito que há um prazer associado.

P2: Como você descreveria a experiência física e emocional de manusear e ouvir um disco? Você tem algum ritual específico quando vai ouvir seus discos de vinil?

R: Tem gente que fala que o som é melhor, mas eu confesso que eu não tenho essa sensibilidade auditiva para afirmar isso. O que acho muito legal é quando minha filha pede para botar um disco para tocar, se torna uma experiência coletiva também. Não tenho um ritual para ouvir mas vejo sim como uma experiência diferente, porque, por exemplo, você tem que ter muito cuidado com a limpeza do disco, tirar a poeira da agulha, tem que estar tudo ok.

P3: Na sua opinião, por que o vinil voltou a ser popular?

R: Talvez por esse apelo nostálgico. Eu acho que muitas vezes quando a gente está em uma revolução digital, feito estamos agora, acontece também o movimento contrário, de reviver experiências analógicas, por exemplo. Aí eu acho que o vinil pegou esse gancho ali e por isso que teve esse crescimento nos últimos anos.

P4: Como você escolhe os discos que entram na sua coleção?

R: É pela minha preferência musical. Eu compro os artistas, bandas ou os gêneros musicais que eu gosto mais.

P5: Há desafios ou oportunidades que você percebe como colecionador em Recife?

R: Confesso que eu não conheço muito o mercado de vinil daqui em Recife. Eu conheço o Bolacha, que é aqui na frente de casa. E já vi algumas pessoas vendendo o vinil, tipo ali no Mercado da Encruzilhada. Eu acho que o desafio maior é para quem compra discos usados, encontrar discos em bom estado. Quando eu morava lá no Rio, eu conheci umas três lojas que tinham uma coleção muito grande de disco usado e também dava para tocar disco lá, para você escutar. Eu acho que aqui no Bolacha, eu não sei se tem para você escutar no fone, acho que eles só botam para tocar no sistema de som lá, nunca vi ninguém usando fone nenhum.

P6: Acha que o vinil continuará relevante nos próximos anos?

R: Sim, não acho que seja uma febre.

ENTREVISTA COM ANDRÉ BIONE

Realizada em 13/09/2024

Psiquiatra, 29 anos

P1: Como e quando você começou a colecionar discos de vinil? O que te levou a continuar colecionando vinil, especialmente em uma era dominada por música digital de fácil acesso?

A: O contato que me fez se interessar pelos discos, veio muito de um gosto que meu pai tinha que, por sua vez, era estimulado pelo meu avô. E sempre costumava falar com a memória muito afetuosa a respeito do disco de vinil e da coleção que ele tinha e desenvolvia.

P2: Como você descreveria a experiência física e emocional de manusear e ouvir um disco? Você tem algum ritual específico quando vai ouvir seus discos de vinil?

A: Eu separo um tempo para isso de fato, então é como eu disse né meio que da mesma forma quando vou para o cinema. É o momento que eu tenho comigo, feito quando eu faço atividade física é um espaço de meditação de certa forma também é um momento de me cultivar

P3: Na sua opinião, por que o vinil voltou a ser popular?

A: É uma pergunta que parece muito com a pergunta sobre o porquê da corrida ser popular hoje. Parando para pensar, parece ter vindo de um ponto em comum, né? As pessoas não estavam maravilhosas antes da pandemia chegar, fazendo com que cada um ao seu modo lidasse com seus fantasmas, certos medos, certas coisas horrorosas. Então acho que é também uma estratégia de autocuidado que a corrida assim como o vinil vem sendo cada vez mais discutida, né? Tudo isso fez a gente refletir sobre as formas que estamos investindo o nosso tempo, quando eu falei que o ambiente muda muito como estamos me refiro também a um ambiente psíquico, né? Faz muito melhor para nós e vai ser uma vida muito mais longa se a gente tá exposto a coisas que não nos submetam a uma energia caótica assim e tragam nosso valor de identidade para cima. Então nada mais justo do que cultivar uma prática esportiva do que cultivar hábitos.

P4: Como você escolhe os discos que entram na sua coleção?

A: Eu escolho muito pelo meu momento de vida, pelo sentimento que tenho quando estou pensando em comprar um disco novo. Eu penso muito que comprar discos é que nem fazer uma tatuagem, é uma fotografia de momentos, é uma ideia que surgiu na cabeça naquele momento da vida.

P5: Há desafios ou oportunidades que você percebe como colecionador em Recife?

A: Não vejo tantas dificuldades assim no mercado, gosto das lojas que frequento, tem a praticidade de reservar o disco pelas redes sociais e depois só passar lá para pegar. O problema realmente são os preços dos discos novos.

P6: Acha que o vinil continuará relevante nos próximos anos?

Eu acho importante dizer que eu não tinha essa percepção, de que o vinil vem ganhando esse espaço, porque era algo muito sutil para mim, era uma experiência muito individual. Aí quando vi que muita gente estava colecionando fiquei impressionado. Hoje, acho que o vinil vai se manter popular, vai crescer mais, muito porque a gente está vivendo em crises diversas, no modo de viver, no trabalho, na saúde mental. Então vejo o contato com o analógico como uma maneira de nós como sociedade tirar esse momento individual, ter um tempo para nós, se reconectar com as músicas que gostamos, que nem a corrida, sabe? Acho que tudo que envolve isso de se reencontrar vai permanecer como algo relevante para a gente conseguir lidar com essas crises.

ENTREVISTA COM ISADORA DOURADO

Realizada em 13/09/2024

Estudante de engenharia, 23 anos

P1: Como e quando você começou a colecionar discos de vinil? O que te levou a continuar colecionando vinil, especialmente em uma era dominada por música digital de fácil acesso?

I: O meu pai ele tinha discos quando eu era mais nova, mas não escutava. Eu sempre me interessei mas não era nada que eu parava para escutar porque não tinha onde tocar. Queria começar a colecionar quando eu ficar mais velha, ter minha vitrola, mas até lá o que eu fazia era só escutar no celular os discos que tinha lá em casa. Até que no meu aniversário de 16 anos eu ganhei um toca disco e comecei a ouvir alguns dos vinis do meu pai, hoje são a maioria dos que eu tenho. E aí comecei a me interessar mais e querer colecionar

P2: Como você descreveria a experiência física e emocional de manusear e ouvir um disco? Você tem algum ritual específico quando vai ouvir seus discos de vinil?

I: Geralmente quando eu tô escutando música no *streaming* ou computador eu não eu não me sinto que eu esteja ali, realmente escutando a música. Geralmente eu estou indo para a faculdade, ou quando estou tomando banho, fazendo alguma coisa e não estou realmente parada, prestando atenção na música. E quando eu estou escutando música através do vinil, é completamente diferente. Estou presente no momento, apenas escutando a música, vivendo aquela aquela

música, virando de faixa, mexendo na capa, lendo os encartes, então é uma experiência muito mais tangível.

P3: Na sua opinião, por que o vinil voltou a ser popular?

Eu acho que voltou porque as pessoas se sentem mais fãs do artista, mais próximas do artista consumindo esse tipo de mídia. Eu acho que o vinil voltou a ser *cool* junto com a câmera analógica, o filme analógico porque é algo grande, dá para tocar. Eu acho que voltou por conta disso, é muito atrativo.

P4: Como você escolhe os discos que entram na sua coleção?

Geralmente são discos que já conheço e gosto muito já que o vinil não é tão acessível financeiramente. Eu geralmente compro os meus discos favoritos, os que tenho de bandas que não sou tão fã ou ganhei ou comprei mais barato. Os discos que eu mais invisto são os meus discos preferidos.

P5: Há desafios ou oportunidades que você percebe como colecionador em Recife?

Acho que as lojas tem que investir em algo a mais do que só vender disco. Por exemplo, o Bolacha que sempre tem encontros, acho que as lojas deviam fazer mais. Porque, fora os preços, eu não vejo muita diferença entre comprar digital e comprar na loja, se você quiser comprar um disco na internet. Independente de ser Recife ou não. Então eu acho que as lojas de Recife elas devem investir em coisas a mais do que só vender.

P6: Acha que o vinil continuará relevante nos próximos anos?

Eu não sei, pelo que eu vi a Passa Disco fechou e pelo fato de ser muito fácil você comprar vinil online, talvez daqui a uns anos as lojas podem ir sumindo ou virando só online. Eu espero que não, espero que o vinil seja mais que um *hype*.

ENTREVISTA COM MATEUS CONDÉ

Realizada em 13/09/2024

Publicitário, 29 anos

P1: Como e quando você começou a colecionar discos de vinil? O que te levou a continuar colecionando vinil, especialmente em uma era dominada por música digital de fácil acesso?

M: Eu comecei nesse ano ainda, já tinha essa vontade de comprar uma vitrola já algum tempo. Aí eu quis me dar de presente de aniversário e comprei uma vitrola e aí comecei a colecionar. O motivo foi mais para ter uma alternativa para escutar música além dos *streamings*, hoje em dia a gente tem acesso a tudo, mas, ao mesmo tempo, eu sinto que a gente não ouve nada. Parece que fica sempre no mesmo, no automático, não tem o costume de ouvir o álbum inteiro feito quando eu era mais novo, que tinha uma coleção de CDs e gostava de ouvir os álbuns inteiros.

P2: Como você descreveria a experiência física e emocional de manusear e ouvir um disco? Você tem algum ritual específico quando vai ouvir seus discos de vinil?

É diferente do *streaming*, é uma experiência mais quente, sabe? Hoje em dia, a gente tem o acesso a *streamings* e tem acesso a tudo ao mesmo tempo, às vezes, não houve nada, parece que fica sempre no mesmo, no automático. Não se tem mais o costume de escutar um álbum inteiro, como eu tinha antigamente quando eu colecionava CDs. Geralmente, quando eu escuto música no vinil, eu quero escutar mais para relaxar. Então coloco um disco e vou me deitar na rede e ficar escutando, lendo o encarte, uma experiência mais real. Quando eu escuto música através do *streaming*, a música vira plano de fundo para quando eu estou fazendo outra coisa, nunca é só parar para escutar.

P3: Na sua opinião, por que o vinil voltou a ser popular?

Eu acho que é justamente pelo que eu tinha falado, dessa ascensão do *streaming*, de acabar sendo uma coisa muito mecânica. Acho que as pessoas estão buscando outro tipo de experiência, algo menos artificial na hora de escutar música.

P4: Como você escolhe os discos que entram na sua coleção?

Eu gosto mesmo mas, às vezes, curiosidade também. Eu geralmente compro em feirinhas que tem gente vendendo vinil ou quando eu vejo alguma postagem de alguma loja que tem um disco que eu gosto. Aconteceu também de acabar comprando por curiosidade, alguma capa que me chamou a atenção, uma vez eu comprei um disco porque estava na loja garimpando quando vi uma capa incrível, depois vi que era de um disco de chiclete com banana, que não é uma banda que eu tenho algum interesse mas levei para casa por conta da capa.

P5: Há desafios ou oportunidades que você percebe como colecionador em Recife?

M: Como eu também comecei há pouco tempo, eu não conheço a fundo tanto o mercado. As únicas lojas que eu já frequentei foi o Vinil Alternativo, porque é do lado da minha casa e essas ferinhas que tem no Bom Jesus, na Rua Aurora.

P6: Acha que o vinil continuará relevante nos próximos anos?

Acho que vai sim continuar relevante sim, eu vi um dia desses uma matéria falando sobre a volta das fitas K7 também, que tá tendo essa procura dos jovens, acho que por uma nostalgia também. Acho que sim porque a gente precisa ter uma alternativa a esse mundo das telas, dos *streamings* e também vejo tem muitos artistas investindo em lançamentos nas mídias físicas.

ENTREVISTA COM ÍTALO CIRNE

Realizada em 15/09/2024

Colecionador e vendedor de discos de vinil, 35 anos

P1: Como e quando você começou a colecionar discos de vinil? O que te levou a continuar colecionando vinil, especialmente em uma era dominada por música digital de fácil acesso?

Í: Eu comecei a colecionar em 2007, nessa época o vinil era muito barato, ninguém comprava, ninguém estava interessado. O que as pessoas compravam mais era CD mas tinha o MP3 estava muito em alta nessa época. A mídia física era uma coisa assim meio que tava caindo, as pessoas estavam interessadas na novidade que era poder baixar as suas próprias músicas direto da internet. Como eu sempre gostei de mídia física, tinha meus CDs e tinha uns piratas também, todo mundo tinha. Depois de um tempo, eu comecei a ver o vinil como uma forma barata de comprar um álbum. Na época era muito barato, em torno de cinco a dez reais, quando era trinta já estava caro. Isso naquela época 2006, 2007, porque, com o tempo isso foi mudando. Foi assim que eu comecei a comprar vinil, primeiro porque era barato e segundo porque achava bonito, mas não tinha esse boom do vinil não, não tinha essa essa volta ainda.

P2: Como você descreveria a experiência física e emocional de manusear e ouvir um disco? Você tem algum ritual específico quando vai ouvir seus discos de vinil?

Í: Muita gente diz que o vinil, e isso é verdade, tem uma qualidade maior, porém isso vai depender demais do equipamento utilizado. Eu gosto de ouvir música com uma qualidade alta, então eu investi nos equipamentos bons de verdade, e não é barato. Para você conseguir extrair a sonoridade real do vinil, precisa de um bom toca discos, de uma agulha legal, cápsula. Às vezes indiquei isso para algumas pessoas e foram lá e compraram uma maletinha, que não toca bem, enfim o som sai somente o agudo e ainda muito mal. Enfim, depende do que você depende do que a pessoa busca, às vezes a pessoa só quer ver o disco rodar mesmo. Eu já vi muitos casos desse tipo só quer ver o vinil ali rodando sabe quando tá no início, aí com o tempo a pessoa vai tomando um gosto diferente. E aí assim, eu acho que a motivação de comprar vinil é ter uma biblioteca musical em casa, como você tem livros, ter vários e discos. Essa é a graça do vinil além de tudo, além da parte gráfica e existe essa coisa de você ter o físico, tem a obra completa ali. Antigamente eu ouvia vinil em qualquer hora, se ia escovar os dentes eu colocava um disco. Hoje em dia, eu mudei, quando ouvir o vinil, geralmente paro e me dedico a ouvir o álbum todo, de vez em quando tomar uma cerveja. Antigamente eu colocava o disco a qualquer momento, acho que todo mundo quando começa tem uma sede tremenda, vai ouvir vinil em qualquer hora. Mas hoje em dia eu paro e aproveito o momento, é a minha hora de ouvir um som, eu vou e faço minha playlist, separo os discos e, sei lá, é um parece que é uma recompensa, depois de você trabalhar, colocar aquele disco para relaxar ou então antes de dormir.

P3: Na sua opinião, por que o vinil voltou a ser popular?

Í: O *streaming* ele meio que quebrou aquela coisa de você ter, não se diz mais “eu tenho o disco tal”, mesmo nos anos 2000, com o MP3, muita gente ainda tinha um pirata. Agora no *streaming*? Você não diz mais “eu tenho”, agora é dito “tá no *Spotify*”, entendeu? Eu acho que nessa história, quem morreu foi o MP3. As pessoas meio que voltaram a ter essa vontade de colecionar de ter o disco físico. E com isso, o vinil cresceu muito. Porque antigamente, todo mundo ou tinha um MP3 um CD pirata ou original mesmo, depois ninguém tem mais nada, isso dividiu o público, ficou aquele grupo que curte muito mídia física virou colecionador e aquele pessoal que não tem a música como prioridade a esse ponto, adotou o *Spotify*.

P4: Como você escolhe os discos que entram na sua coleção?

Í: Eu coleciono desde 2007, todo mundo teve aquela primeira fase que você pega qualquer disco que você gosta, quando não dá para comprar o que quer, pegar uma coletânea. Geralmente quem começa a colecionar é assim e com o tempo você vai sendo mais criterioso. Uma hora acaba conhecendo os importados que tem um som melhor, depois as edições melhores, e aí você começa a tomar gosto também. É como se você tomasse Skol e agora você toma Heineken. É tipo isso, você não quer mais voltar para a Skol? Acabei vendendo muitos discos meus porque como tenho uma loja, termino sempre em contato com alguns clássicos, feito a coleção do Black Sabbath. Sempre pinta alguém na loja querendo e aí acabo vendendo algum disco meu porquê estou sempre em contato, uma hora vai vir outro. Então minha coleção foi mudando depois que virei vendedor. Quando eu era apenas comprador mesmo, eu gostava de ter tudo coleção de tudo que eu gostava, além de outras coisas assim específicas. Mas com o tempo eu fui priorizando mais os específicos do que os clássicos porque os clássicos a gente sempre vê por aí. Isso é uma experiência minha, tem gente que é diferente, que não mexe na coleção. Existe também aquela galera que compra o disco sem nem saber como é o som, eu já fiz isso também, julga pela capa, ou pelo ano, gravadora ou por algum detalhe ali que vi.

P5: Há desafios ou oportunidades que você percebe como colecionador em Recife?

Í: Em São Paulo, e olhe que lá já é uma super *trend*, sabe? Lá tem muito vinil importado e tudo mais, porém, nas últimas vezes que eu fui, vi que está tudo muito caro, não é só aqui. Os impostos para importar disco, para manter a loja física, tudo isso pesa no bolso do colecionador no final das contas.

P6: Acha que o vinil continuará relevante nos próximos anos?

Í: Eu acho que o mercado tá inchado, tem muito vendedor, mas ainda tem muita gente que compra. O mercado que eu digo é este momento, 2023, 2024, muita gente aprendeu como importar discos. Isso aí é bom para o mercado, acho que deixa o vinil bem relevante, o mercado ainda tá crescendo e está bem forte.

P7: Que tipo de cliente costuma frequentar a loja? Houve alguma mudança no perfil dos clientes nos últimos anos?

Í: Eu prefiro trabalhar com importados mesmo, aí minha loja vai ter esse tipo de perfil de colecionador um pouco mais criterioso, que já tem uma coleção, que pergunta às vezes até o código da matriz. É uma galera assim que é bem especializada, até quem está colecionando desde o início já sabe mesmo que quer. Às vezes deseja coisas específicas, aquela edição limitada, às vezes só pensam no exclusivo. Porque o vinil evoluiu muito assim nesse sentido, agora tem o Record Store Day e funcionou demais, mudou o perfil dos clientes. Todo mundo quer aquela edição exclusiva, né? Ter aquilo limitado que ninguém tem. Isso acontece muito com o nicho pop, talvez tanto quanto os discos de rock, os vinil de pop já saem com muito material exclusivo, é disco da Lana Del Rey já saindo com capa alternativa e o público mais novo às vezes nem tem o equipamento tão bom mas busca comprar logo aquele disco transparente ou com poster por ser um lançamento. Eu fico impressionado como isso só aumenta no mundo pop, às vezes lançam cinco edições diferentes do mesmo disco, não por que é aniversário ou algo do tipo, é de lançamento mesmo. O mercado sabe como o consumidor está se comportando, se a indústria está fazendo isso é porque está dando certo mesmo.

P8: Os clientes estão mais interessados em edições raras ou limitadas, ou preferem novos lançamentos e reedições?

Í: O pessoal já quer aquela edição limitada, às vezes só quer o exclusivo. A indústria também evoluiu muito nesse sentido, agora tem mais variedade de discos, isso funciona demais porque todo mundo quer aquela edição exclusiva. Os colecionadores tem vontade de ter aquele disco limitado, que ninguém tem. tem um nicho pop pesado. Não só de rock, mas o pop tem e os colecionadores são assim. Acho que é o nicho que mais tem coisa exclusiva depois do rock é o pop. Tipo vinil da Lana Del Rey que já é lançado com capa alternativa. Destinado para essa galera mais nova que está começando a colecionar, às vezes nem tem um equipamento tão bom, mas curte comprar logo aquele disco transparente, *smoke*. O meio pop está investindo pesado nisso, fico impressionado como aumenta, às vezes lançam cinco edições diferentes do mesmo

disco, não é porque fez aniversário, ele foi lançado mesmo. Então o mercado sabe como o consumidor está se comportando, se fazem isso é porque está dando certo.

P9: Como você descreveria o mercado de vinil em Recife? Houve alguma alteração na forma como os clientes compram vinil, online versus presencial?

As lojas aqui são bem servidas, a concorrência nem é tão sabe nem é tão pesada, não são tantas lojas mas são bem boas, tem muita variedade. Minha loja cresceu porque eu fiz um perfil no Instagram na hora certa, contexto de pandemia, muita gente em casa. Hoje em dia tem uma concorrência grande de lojas virtuais. Então tento trazer para a loja coisas que agreguem, que me diferenciam das outras. Quem tem loja online tem que investir mesmo, post patrocinado e tudo mais, se não, a dificuldade maior porque a concorrência é maior, tem muita loja online no Brasil, as lojas físicas não se afetam tanto assim, eu acho.

P10 Como você enxerga o papel da loja na preservação cultural do vinil?

O *streaming* mudou completamente a nossa forma de se relacionar com a música, se tornou algo descartável. E a música é uma coisa que realmente faz parte da sua personalidade, você vive momentos especiais ouvindo música e tudo mais. Eu uso o *streaming* também, claro, é uma forma mais fácil de ouvir, vai lá escolhe, o aplicativo ainda já joga outras músicas parecidas. Então tudo é muito fácil, é muito conveniente, acaba perdendo um pouco a graça. Acho que a loja ocupa esse papel, de resgatar a graça da experiência de ouvir música, de sentir a música mais perto.

ENTREVISTA COM RAFAEL ANDRADE

Realizada em 17/09/2024

Colecionador e vendedor de discos de vinil, 39 anos

P1: Como e quando você começou a colecionar discos de vinil? O que te levou a continuar colecionando vinil, especialmente em uma era dominada por música digital de fácil acesso?

A música entrou na minha vida logo aos 12 anos de idade, através dos meus irmãos mais velhos, eles escutavam a música lá dos anos 80, e eu devia ter menos de 12 anos, mas já tinha essa experiência com o disco de vinil via em casa aquele material. Depois, chegaram os CDs, dominando o mercado, então o contato que eu tinha com vinil era só em casa mesmo. Continuei colecionando CD e depois vinil porque sou apaixonado pela mídia física mesmo, independente de existir nos digital, eu gosto de ter a música, eu acho que para todo mundo que coleciona, eu acredito que essa paixão nunca morre.

P2: Como você descreveria a experiência física e emocional de manusear e ouvir um disco? Você tem algum ritual específico quando vai ouvir seus discos de vinil?

~~É~~ Cada um tem o seu ritual, o seu hábito, sei lá, cada um faz o seu formato, né? Tem gente que gosta de tomar uma, tomar uma cervejinha, sentar e escutar o seu vinil, relaxar. Nas horas que eu tenho tempo para escutar, de noite, quando eu chego em casa, depois do trabalho. Eu sempre pego um álbum aqui, coloco e fico aqui viajando nas letras, nos encartes, e faço questão de ter o vinil, pela questão de você colocar, e escutar o disco todo, né? A gente aqui quando escuta o vinil, tem o ritual de pegar o disco, colocar, escutar todo lado A, todo lado B, ouvir ele todo e admirar a obra enquanto ouve.

P3: Na sua opinião, por que o vinil voltou a ser popular?

~~Não~~ Não acho que voltou a ser popular, ainda não. Na minha opinião, para o vinil ser popular, tem que estar pelo menos em, sei lá, em 50% das lares do Brasil, mas não está. Ainda é um nicho pequeno, porque o vinil tem um certo custo, para você adquirir tanto o próprio vinil quanto até o próprio material, o sistema de som, agulha, tudo o que precisa para você tocar os discos. Não é uma coisa de fácil acesso hoje dentro da realidade do nosso país. Está tendo esse movimento de voltar a consumir, muito por conta da galera saudosista, porque se você analisar o público, é sempre uma galera da minha idade, de 30, 40 anos, para cima, a maioria. Eu sei que tem muitos jovens aí consumindo, muita galera jovem consumindo, através dos pais, através da mídia mesmo da internet que divulgou.

P4: Como você escolhe os discos que entram na sua coleção?

RA: Tinha uma época que eu comprava de tudo, hoje busco mais comprar raridades que encontro.

P5: Há desafios ou oportunidades que você percebe como colecionador em Recife?

~~RA~~ A maior dificuldade está sendo os impostos, como sou vendedor de vinil, estou sentindo muito isso. As importações estão mais difíceis agora, as taxas deixam tudo mais caro, e tem a questão do dólar e do euro, isso torna o produto mais caro. Com isso, o público para ou diminui de consumir, mesmo sendo um público de poder aquisitivo maior. Você tem que estar disposto a gastar uma grana para ter sua coleção de vinil, porque nada é barato.

P6: Acha que o vinil continuará relevante nos próximos anos?

~~RA~~ Com certeza, meu público é muito formado por uma galera que já colecionava antes e voltou agora, o interesse pelo vinil está crescendo de novo. Com isso, vai atrair também a galera mais nova.

P7: Que tipo de cliente costuma frequentar a loja? Houve alguma mudança no perfil dos clientes nos últimos anos?

Mau público é variado, tem todo tipo de colecionador, da galera mais jovem até a galera mais velha. Acho que a faixa total é de 35 anos para cima, a maioria, em torno de uns 75% dos clientes, e o restante é o público jovem, que ainda está começando, que muitas vezes vem através dos pais, através de conhecimento mesmo que descobre nas mídias e acaba conhecendo agora porque não teve esse contato com o vinil. Apesar disso, a maioria do perfil é formado por colecionadores dessa idade(35 anos ou mais), e que também é o público do maior do poder aquisitivo. Acho que o público jovem está sendo atraído por conta desses lançamentos que algumas gravadoras como a Universal Music, e umas revistas de assinaturas como a Noize também, lançando artistas novos que são justamente o que o público mais novo tem interesse, a *Amazon* também acaba trazendo muito artista de fora, por conta das compras internacionais. Esse público jovem, ele está surgindo mais agora, por conta desse tipo de produto novo que está chegando no mercado.

P8: Os clientes estão mais interessados em edições raras ou limitadas, ou preferem novos lançamentos e reedições?

Depende muito, acho que o público está ficando cada vez mais informado sobre, muitas vezes já chegam aqui na loja sabendo o que quer. Acho que é porque a internet está facilitando o acesso a informações. No geral, eles buscam discos que gostam de ouvir, se é edição especial, vinil lacrado, isso varia muito por conta do preço também.

P9: Como você descreveria o mercado de vinil em Recife? Houve alguma alteração na forma como os clientes compram vinil, online versus presencial?

Em certeza mais online. Por conta da facilidade de poder comprar um disco da sua casa assim que eu posto nas redes sociais, os clientes entram em contato na hora, fazem o pagamento, ou já faz uma reserva, e compra. A loja física continua sendo bastante importante porque essas mesmas pessoas que compram online, muitas vezes não querem que a gente entregue, apesar da minha loja ter um sistema de entrega, querem ir pegar o disco na loja, com essa ida do cliente, muitas vezes ele acaba pegando outro disco que viu por lá.

P10: Como você enxerga o papel da loja na preservação cultural do vinil?

RA: Eu enxergo de uma forma bastante positiva, mas acho que quem está de fora enxerga melhor do que eu. Porque eu tento sempre mostrar para o cliente que estou fazendo um trabalho legal, porque quando eu era guri e via os donos de outras lojas, ficava admirado, assim, com o trabalho da galera, entendeu? O cara tinha um assereido lindo, maravilhoso, tinha muita coisa que eu queria e eu não tinha acesso, porque eu não tinha dinheiro para comprar aí comprava um material uma vez no mês no máximo. E, assim, hoje fazendo esse trabalho, eu quero dar continuidade a isso, para deixar a galera feliz, porque eu fico muito feliz vendo a galera comprar discos assim como eu ficava naquela época, quando eu era jovem, entendeu? E, assim, minha atividade, eu acredito que isso seja bastante positivo nesse sentido, de deixar a galera feliz, criar na loja um ambiente confortável para se falar de música.