

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO
CENTRO DE ARTES E COMUNICAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO**

Rafael Pinto Ferreira de Queiroz

**DO DOWNLOAD À AGULHA:
circularidade e permanência do LP através das festas em Recife**

Recife,
2014

Rafael Pinto Ferreira De Queiroz

**DO DOWNLOAD À AGULHA:
circularidade e permanência do LP através das festas em Recife**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade Federal de Pernambuco, como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em Comunicação.

Orientador: Prof. Jelder Janotti Júnior

Recife,
2014

Catálogo na fonte
Bibliotecária Maria Valéria Baltar de Abreu Vasconcelos, CRB4-439

Q3d

Queiroz, Rafael Pinto Ferreira de

Do download à agulha: circularidade e permanência do LP através das festas em Recife / Rafael Pinto Ferreira de Queiroz. – Recife: O Autor, 2014.

116 p.: il.

Orientador: Jelder da Silveira Janotti Júnior.

Dissertação (Mestrado) – Universidade Federal de Pernambuco. Centro de Artes e Comunicação. Comunicação, 2014.

Inclui referências.

1. Comunicação. 2. Registros sonoros. 3. Comunicações multimídia. 4. Discotecários. 5. Colecionadores e coleção. I. Janotti Júnior, Jelder da Silveira (Orientador). II. Título.

302.23 CDD (22.ed.)

UFPE (CAC 2014-158)

FOLHA DE APROVAÇÃO

Autor do Trabalho: Rafael Pinto Ferreira de Queiroz

Título: “Do download à agulha: a circularidade e permanência do LP através das festas em Recife”

Dissertação de mestrado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Pernambuco, UFPE, como parte dos requisitos para a obtenção do título de Mestre em Comunicação.

Recife, 30 de abril de 2014

Banca Examinadora:

Prof. Dr. Jelder Janotti Júnior – Orientador
Doutor em Comunicação, UFPE

Prof. Dr. Thiago Soares
Doutor em Comunicação, UFPB

Prof. Dr. Rodrigo Carreiro
Doutor em Comunicação, UFPE

AGRADECIMENTOS

Ao professor Jeder Janotti Jr., que além de me orientar acumulou outras funções, como as de um grande amigo e companheiro de farras.

Aos professores Thiago Soares e Rodrigo Carreiro, que contribuíram muito no processo da pesquisa com avaliações e dicas valiosas, assim como por estarem sempre abertos e disponíveis para minhas dúvidas.

Aos professores Eduardo Duarte e Maria Eduarda Rocha, por abrir caminhos e possibilidades teóricas que mostraram novas maneiras de olhar para minha pesquisa.

A todos os professores e técnicos do PPGCOM que de algum modo contribuíram nessa caminhada.

A Simone Pereira de Sá, pela inspiração.

A Facepe, pela bolsa concedida.

A Isabela Senra, pela amizade, companheirismo, pelas ajudas dentro e fora de sala. Além de dividir minha primeira experiência como professor, revisou essa dissertação.

Às amigas e aos colegas que fiz durante essa experiência e que foram tão importantes na formação acadêmica, como na pessoal. Em especial a Suzana Gonçalves, Marcelo Pedroso, Márcia Larangeira, Georgia Cruz e Marcos Santos.

A todos os colegas do Laboratório de Análises de Música e Audiovisual.

A todas as pessoas que me influenciaram antes e durante esse processo e que me ajudaram tanto nessa jornada: Rodrigo Édipo, Bruna Roazzi, Bruno Nogueira, Guilherme Gatis, Kywza Fideles, Felipe Trotta, Isabelle Barros, Eduardo Dias, Haymone Neto, João Marcelo Ferraz, Ricardo “Cacá” Maia, Victor de Almeida, Maysa Araújo.

Aos colegas da Revista MI, que tanto acreditam em mim: Raul Luna, Diego Albuquerque e ao já citado Rodrigo Édipo. Assim como a Carlos Gomes da Outros Críticos.

Aos DJs entrevistados que colaboraram em todos os sentidos, e sem os quais esta pesquisa não seria possível: Daniel Aragão, Gerson Flávio (DJ Pós), Juniani Mazani (DJ 440), Justino Passos e Renato da Mata.

Aos meus alunos de cinema, que participaram do meu estágio de docência e contribuíram para que eu tivesse uma experiência fantástica.

Aos meus antigos colegas da Fundarpe que também me apoiaram muito no início dessa caminhada. Em especial Rafael Cortes, Andreza Portela, Evandro Sena, Bráulio Melo, Danielle Sant'Anna e João Vale.

A Mariana Lucena, que me mostrou uma vida mais bonita e por todo carinho, amor, atenção e motivação que recebo desde que estou ao seu lado.

A minha família, pelo apoio incondicional e por estar sempre a postos para segurar a minha barra.

RESUMO

Esta pesquisa analisa a permanência da cultura do vinil através das festas na cidade de Recife, que têm os DJs e os seus LPs como protagonistas. Buscamos conhecer esses profissionais, bem como os principais motivos que os levam a ainda tocar e consumir esse artefato cultural analógico, em plena era digital. Mesmo em face das facilidades que a música digitalizada oferece, com equipamentos mais leves e mais práticos, assim como uma oferta gratuita e quase irrestrita de fonogramas, esses DJs ainda preferem usar seus discos e dão muitas outras explicações além da qualidade sonora e da técnica de djing. Interessa-nos, também, como a circulação dos LPs através de rotas comerciais e de afeto, ao se encontrarem com os DJs em suas festas, podem formar uma interface ser humano – coisa e se constituir em processos de circularidade e cena. A partir do uso desses conceitos a hipótese é que espaços antes vazios podem ser transformados em lugares de significação, que abarcam sensibilidades e sociabilidade, assim como disputas e tensões. A tríade LP-DJs-Festas tem o poder de transformar ou influir na vida cultural de uma cidade, trazendo novos significados e experiências na maneira de vivenciar e olhar a cidade, e é o ponto nevrálgico dessa pesquisa. Procurou-se dar um entendimento a esse universo, articulando noções relacionadas a materialidade da mídia e práticas de consumo e coleção.

Palavras-chave: discos de vinil; LPs; materialidade; circularidade; DJs; coleção.

ABSTRACT

This research analyzes the permanency of vinyl culture through festivals in the city of Recife in which DJs and their LPs have been playing leading roles. We set out to know these professionals and the main reasons that lead them to continue to play and consume this analog cultural artifact during our digital age. Despite the benefits digitized music offers, with lighter and more practical equipment, as well as a free and almost unlimited supply of phonograms, these DJs still prefer to use their records and provide a number of other explanations besides the sound quality and djing technique. There is also an interest in how the circulation of EPs, through trade and affection routes, when they met with the DJs at their parties can form a human-thing interface and constitute itself in processes of circularity and music scene. From the use of these concepts emerges the assumption that spaces that were once empty can be transformed into places of meaning, encompassing sensitivities and sociability, as well as disputes and tensions. The LP-DJs-Party triad has the power to change or influence the cultural life of a city, bringing new meanings and experiences in the way of experiencing and looking at the city, and is the nerve center of this research. We tried to provide an understanding of this universe by articulating notions related to the materiality of media and consumption practices and vinyl collection.

Key-words: vinyl records; LPs; materiality; circulation; DJs; collection.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	9
1. O LP, OS DJS E AS FESTAS.....	21
1.1 O LP	21
1.2 DO LP PARA O CD	26
1.3 DO CD PARA O MP3	27
1.4 DJS E FESTAS	28
1.4.1 Cenário Internacional.....	28
1.4.2 Brasil.....	32
1.5 REPENSANDO O NOVO CONTEXTO POR MEIO DA “VOLTA” DOS LPS..	37
1.5.1 O consumo de LPs como mercado de nicho.....	39
2. DIFERENTES ABORDAGENS DA HISTÓRIA DAS MÍDIAS, MATERIALIDADE E CIRCULARIDADE	40
2.1 POR UMA ABORDAGEM NÃO EVOLUCIONISTA E SUBSTITUTIVA DA HISTÓRIA DAS MÍDIAS	40
2.1.1 Técnica e Cultura	40
2.1.2 Cultura da Convergência.....	41
2.1.3 Remediação.....	42
2.2 MATERIALIDADE.....	44
2.3 CIRCULARIDADE	48
2.3.1 Diferentes modos da circularidade.....	51
2.3.2 Vida e morte dos objetos.....	52
3. CONCEITOS-CHAVE PARA SE PENSAR A PERMANÊNCIA DO LP: CENAS, NOSTALGIA, COLECIONISMO/FETICHISMO	55
3.1 CENA CULTURAL.....	55
3.2 NOSTALGIA	60
3.3 O COLECIONADOR E O FETICHE.....	66
3.3.1 O colecionador	66
3.3.2 O colecionador como fetichista.....	69
3.3.3 Por um “bom” fetiche.....	70
4. CIRCULANDO PELOS SULCOS	73
4.1 COLEÇÃO	75
4.2 MATERIALIDADE.....	84
4.3 CIRCULARIDADE/LOCAL.....	91

4.4 SER OU NÃO SER DJ, EIS A QUESTÃO	98
CONSIDERAÇÕES FINAIS	107
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	113

INTRODUÇÃO

Começarei a introdução partindo da minha experiência em relação à música, desde o início, por acreditar que não foi ao acaso que escolhi pesquisar nessa área. Nasci em Brasília e vim morar em Recife aos nove anos de idade. Essa informação importa porque foi a partir dessa nova experiência de cidade que comecei a travar um contato mais profundo com a música, pois foram os meus primos que tanto me influenciaram a mergulhar nesse universo.

Haymone e Augusto tocavam guitarra e bateria, respectivamente, assim como também eram grandes apaixonados por música. Com eles, fiz minhas primeiras incursões, ainda na infância, para as lojas¹ de discos na cidade, como a Vinil Alternativo e a Disco D'Ouro que, de uma maneira ou de outra, sobrevivem até hoje. Nelas tivemos oportunidade de nos relacionarmos com outras pessoas no momento de procura dos discos e conhecer outras bandas que por vezes nos eram indicadas também pelos lojistas. Esse contato favoreceu em muito querer, cada vez mais, adentrar no mundo dos discos. Foi também a partir dessas andanças que aprendi a andar de ônibus para não depender da minha mãe ou dos pais dos amigos, para continuar nesse processo de descoberta e paixão.

Na Vinil, se podia consultar um catálogo e pedir para importar um disco que tanto desejávamos. Em uma época em que não existia internet, isso era uma coisa fantástica. As informações chegavam pela MTV ou por revistas como a Bizz, de que também éramos ávidos consumidores. Os preços dos importados eram salgados, mas me lembro da época em que o Real se equiparou em valor ao dólar e como isso foi de uma imensa alegria pra mim, já que pude comprar discos de fora pelo mesmo valor dos nacionais. Não por uma questão de qualidade sonora, mas por dois motivos: primeiro porque, por minha entrada no mundo da música ter-se dado pelo rock, muitas bandas de que ouvíamos falar não estavam disponíveis no catálogo nacional; depois, porque notávamos diferença em algumas edições importadas, que vinham com encarte bem mais completo.

Alimentar esse vício, no meu caso, além do fetiche de ter o disco e da emoção da procura, era também para adquirir conhecimento. Por vezes comprei discos, indicados pela

¹ Frequentávamos também lojas de shopping, como a Mega Store. Uma loja imensa com CDs a perder de vista, prateleiras reservadas para discos importados e *bootlegs*, onde encontrávamos possibilidades antes inimagináveis para o consumidor de música que nunca tinha saído do Recife. Apesar de oferecer um conforto maior para os clientes, a relação mais fria com vendedores que não sabiam nada de música me fez sempre preferir aquele outro tipo de loja, mesmo que passasse horas em pé em um lugar quente. Porém, mantinham a vantagem de se permitir pegar uma pilha de discos e escutá-los, ainda que acompanhada de caras feias dos vendedores. Éramos o terror deles, com orgulho.

crítica cultural, que achei ruins e me arrependi, trazendo uma imensa frustração de ter gastado aquele dinheiro de mesadas acumuladas. Sem ter a possibilidade de baixar o que eu quisesse conhecer, era através da compra e sua posterior escuta que podíamos conhecer melhor as bandas e genealogias do rock, que balizavam horas de escuta, empréstimos, conversas, discussões, brigas e abraços. Começava aí um contexto de socialização que se deu pela música e se dá até hoje. Muitas das amizades que fiz e daquelas que resolvi desprezar deram-se em torno do gosto musical.

Grupos se formaram e frequentávamos shows, bares, casas noturnas que pudessem oferecer uma música de que gostássemos e que também influenciavam nossas escolhas, como foi o caso da Non Stop. As camisas pretas no início e o tênis Adidas depois foram parte do que eu queria passar para as pessoas sobre quem eu era, o que eu gostava de escutar e que isso, mais que tudo, me definia. Os códigos visuais e corporais serviam como parte da minha identidade e também tinham a intenção de atrair aqueles que poderiam se identificar, desde paqueras (era importante que elas tivessem um “bom” gosto musical) a aliados. Assim como definiam outras necessidades, como aprender a tocar um instrumento e poder me destacar nesse mundinho.

Eu continuo comprando discos e ainda mantenho minha coleção. E, seguindo essa tendência do mercado, prefiro comprar LPs a CDs, quando o dinheiro sobra. Tentando afastar a influência hipster na minha escolha, afirmo que esta se dá pelos valores táteis e visuais que os LPs apresentam. A sonoridade dele é diferente, mas não sei dizer se é melhor ou pior que o CD. O ritual de ir ao sebo e garimpar, lavar os discos, poder pegar nesse objeto bem maior e com uma capa e arte idem, poder ler um encarte com mais informações e enxergar a riqueza de detalhes que o LP oferece, me são muito atrativos.

Por outro lado, sempre gostei também de discotecar na festa dos amigos e, quem diria, até já tirei uns trocados com isso, mesmo não sendo esse o objetivo principal, pois sou um “apertador de play” nas horas vagas. É muito prazeroso para mim poder fazer uma seleção de músicas que adoro e ver que as pessoas estão dançando e se divertindo. pesquisar dias antes de um evento e tentar montar um set redondinho, que vai ligar a festa, a música e os corpos que dançam, a mim. Perguntas do tipo “Que música é essa? Que banda é essa?”, com um ar de surpresa e satisfação, ou algum elogio depois da atuação me deixam extremamente vaidoso. E tudo isso conseguido com total amadorismo, sem nenhuma técnica de mixagem... Imagina se eu fosse profissional?

Brincadeiras à parte, poder adentrar dentro do mundo dos LPs e seus DJs foi um trabalho extremamente gratificante. Sendo um novato na área da pesquisa acadêmica, por vezes fiquei inseguro e achei que algumas entrevistas não tinham funcionado bem. Que eu não tinha me comportado adequadamente ou não tinha sido perspicaz o suficiente para poder retirar tudo que eu queria da cabeça desses DJs. Mas, com dificuldades e frustrações pelo caminho, depois de muita reflexão e escutas repetidas das entrevistas, consegui perceber uma grande riqueza de material ali. E que muitas das falas mais legais e interessantes tinham saído em uma narrativa espontânea, sem ao menos terem sido instigadas através de uma pergunta.

Toda essa trajetória pessoal me levou à presente pesquisa e, diante dos constantes mapeamentos da mídia sobre a volta do vinil e por tê-la percebido desde que eu trabalhava em uma grande livraria de Recife, quis entender mais a fundo esse fenômeno de consumo. Por que depois de ter a morte declarada o LP não só permaneceu como assiste, nos últimos anos, a um aumento de vendas constante? Por que comprar um disco que é pesado, ocupa espaço e não é barato, diante da praticidade, disponibilidade e gratuidade dos mp3? Nessa esteira, há de se questionar também por que festas em que os DJs tocam com vinil começaram a surgir em Recife e por que eles, diante dessas facilidades da música digital, ainda optam por tocar nesse formato. Assim, é importante fazer uma breve contextualização desse momento.

Depois de digitalizar a música, o próprio *Compact-Disc* abriu caminho para a nova maneira de consumir música, pois, junto com o avanço da microinformática e das tecnologias da comunicação, nos levou ao MP3 e ao acesso gratuito, rápido e descomplicado a praticamente qualquer fonograma desejado.

Nessa nova configuração, a indústria fonográfica viu-se à beira de um “colapso”, tendo que repensar suas práticas até então estabelecidas, como apontam Herschmann e Kischinhevsky (2011, p. 24):

[...] constatamos com grande perplexidade, por exemplo, a redução do *cast* de artistas e do quadro de funcionários das grandes empresas; a crise da noção de álbum (vários músicos vêm repensando a relevância de gravá-los e/ou lançá-los), que vai deixando de ser o objetivo central desta indústria ou a mercadoria mais valorizada nesta dinâmica de produção e consumo [...]

Ou seja, não só os suportes tradicionais foram considerados em extinção, como os próprios formatos da canção e do álbum. O primeiro diz respeito ao tempo de duração de uma música, surgido com os primeiros discos de goma-laca de 78 rpm, posteriormente aprimorados para o disco de vinil de 45 rpm, e que, pela limitação do suporte, ficou padronizado em três minutos (DE MARCHI, 2005; JANOTTI JÚNIOR e FREIRE FILHO, 2006). O segundo foi introduzido pelo *Long-Play*, definido como uma obra musical com longa duração, em que as faixas teriam uma relação de coerência ou, como melhor explica Sá (2009, p. 59):

[...] entendido como um produto fechado, com canções interligadas, com duração de cerca de 40 minutos, com lado A e lado B e acompanhado de capas, encartes, textos apresentando o artista, ficha técnica, agradecimentos e um título, lançado por um determinado grupo ou intérprete — que garante ao disco a hegemonia dentro da cultura popular-massiva da música [...]

O LP foi lançado em 1946 pela gravadora Columbia e brigava diretamente no mercado fonográfico com o 45 rpm, da rival RCA-Victor. Estava travada, então, a batalha entre a estética do álbum e do single, formatos que perduram até hoje na indústria da música.

A longevidade do LP e sua posterior posição como objeto de culto no imaginário das pessoas podem ser explicadas através de sua estética, sua materialidade e seu padrão de consumo.

Com o surgimento da estética do álbum, os discos passam a ser vistos como obras de arte em si. Com os trabalhos de design dos discos, a durabilidade do formato — o vinil é mais resistente do que a goma-laca — e a promessa de alta-fidelidade do sistema estéreo, o LP passa a ser consumido como os livros, ou seja, um suporte fechado passível de coleção em discotecas privadas — com status de objeto cultural, afinal julga-se a cultura musical de uma pessoa pela discoteca que possui (DE MARCHI, 2005, p. 13).

Nesse contexto, faz-se oportuna uma reflexão sobre a atual configuração da indústria fonográfica e sobre o comportamento de consumo da *música popular massiva*, expressão assim definida por Janotti Júnior (2005, p. 2):

[...] a ideia de música popular massiva está ligada às expressões musicais surgidas no século XX e que se valeram do aparato mediático contemporâneo, ou seja, técnicas de produção, armazenamento e circulação tanto em suas condições de produção como em suas condições de consumo.

Em tempos de hegemonia da cibercultura, de consumo virtual, parece que nem os suportes nem os formatos definidos anteriormente estão perto de desaparecerem. Álbuns continuam sendo gravados com suas canções de três minutos e voltaram, em alguns casos, a ser lançados em LP. Essa busca pelos discos de vinil já parece bem consolidada no mercado

americano, pois, de acordo com a RIAA², em 2007 suas vendas aumentaram 36%, chegando à marca de um milhão de discos³. Desde o primeiro *boom* de vendas de discos de vinil no ano mencionado acima, em 2013 o mercado fechou, mais uma vez, com um aumento expressivo, atingindo a marca de seis milhões de LPs⁴.

No Brasil, ainda não há dados consistentes a respeito dessas vendas, mas pode-se perceber uma movimentação semelhante à tendência estrangeira através de lançamentos e relançamentos de discos nesse suporte, que são encontrados no mercado nacional por iniciativa tanto de pequenos selos como de grandes gravadoras, seja de novos artistas independentes como dos já estabelecidos medalhões da música popular massiva brasileira. Outro fator interessante é a reabertura da fábrica de vinil Polysom, sendo a única da América Latina.

Como aponta Frith (1996, p. 13): “Se é através do consumo que a cultura contemporânea é vivida, então é dentro do processo de consumo que o valor cultural contemporâneo deve ser localizado”. Partindo desse pressuposto, o estudo do consumo dos produtos midiáticos torna-se mais do que relevante para entendermos nossa sociedade. É pertinente voltarmos a Janotti Júnior (2003, p. 11–12):

O ato de consumir produtos midiáticos é uma forma de posicionamento que os transforma em objetos culturais. [...] A apropriação dos produtos midiáticos segue padrões de reconhecimento que ultrapassam a ideia de passividade, pois o consumo enriquece o processo de recepção, isto é, o processo de leitura desses objetos.

Além disso, o ato de consumir determinados objetos culturais passa, também, pela ideia de identidade e sociabilidade, em que vamos nos reconhecer, formar grupos e ser ou não aceitos. Quando decidimos qual produto é bom ou não, qual tipo de música tem mais qualidade, por exemplo, estamos fazendo “relações entre julgamentos estéticos e formação de grupos sociais [que] são claramente cruciais para as práticas da cultura popular, para os gêneros, cultos e subculturas” (FRITH, 1996, p. 18).

Assim, os DJs, colecionadores, vendedores (lojas e sebos) e produtores (selos, fábricas, artistas) de LPs formam um nicho bem específico na cadeia produtiva da música, com seus códigos, discursos e suas valorações, que estão inseridos na indústria cultural.

² Recording Industry Association of America.

³ A fonte desses dados foi uma notícia de maio de 2008 da revista *Rolling Stone* brasileira em seu formato digital, disponível em: <<http://rollingstone.com.br/noticia/venda-de-vinil-aumenta-36-nos-eua/>>. Acesso em: outubro de 2010.

⁴ Fonte: <http://www.tenhomaisdiscosqueamigos.com/2014/01/08/venda-discos-de-vinil/>. Último acesso: 01/2014.

Tentar decifrá-los torna-se essencial para entender parte dessa relação estética que as pessoas estabelecem com a música.

Por outro lado, pode-se pensar o que impulsiona o artista ou produtor a lançar um disco em LP. Dentro da perspectiva mercadológica, seria uma opção para gerar lucros, já que, pela constituição do suporte, não é possível a prática da pirataria e também pelo fato de ser uma tendência de consumo ascendente. Do ponto de vista estético, seria uma maneira de se afirmar dentro do mercado musical e alcançar um possível *status*, travando uma relação com seu público e obtendo uma fruição artística. Assim como podemos questionar o que move um DJ a optar por tocar com os discos, mesmo com as dificuldades econômicas do valor de equipamentos, as dificuldades físicas de ter que carregá-los junto com os LPs e a limitação física de espaços.

Inicialmente, o objetivo desta pesquisa era investigar esse processo do consumo dos LPs através da Feira de Vinil da Passadisco, dos sebos e lojas que vendem esse formato e o seu público colecionador, para tentar elucidar algumas das razões que levaram ao recente aumento nas vendas de um objeto analógico em plena era digital. Essa inquietação ainda permeia e permeou o corpus desse trabalho, mas por outros motivos o corte da pesquisa foi alterado. Primeiramente, durante a fase de coleta bibliográfica, observou-se que — concomitantemente à consolidação da Feira, ao aumento de número de LPs oferecidos em lojas como a Livraria Cultura, ao surgimento do selo pernambucano Assustado Discos que só lança LPs e às constantes notícias na mídia que relatavam a “volta” do vinil⁵ — as cidades de Recife e Olinda tornaram-se palcos de constantes festas que envolviam a discotecagem por LPs. E, depois, por vislumbrar a possibilidade de ineditismo nesse corte, pois artigos, pesquisas e livros sobre colecionadores de discos já foram lançados, a exemplo da obra de Shuker (2010).

Nessa cena emergente que se une a uma cadeia produtiva mais complexa em níveis translocais, bares começaram a ter uma noite dedicada somente ao vinil, como o Irish Pub, no Recife Antigo; Casbah, em Olinda; o Box 13, em Casa Forte; o Esquina, nas Graças; o Rocket 48, no Espinheiro. Eles se uniram a festas que já aconteciam há mais tempo, configurando

⁵ Algumas notícias podem ser acessadas nos links: <<http://oglobo.globo.com/cultura/a-volta-do-vinil-na-era-do-mp3-venda-de-lps-toca-discos-crescem-3613788>>, <<http://oglobo.globo.com/cultura/seguindo-tendencia-mundial-venda-de-discos-de-vinil-cresce-no-brasil-9344115>>, <<http://oglobo.globo.com/cultura/a-volta-do-vinil-deckdisc-lanca-quatro-discos-esta-semana-3060929>>, <<http://vejasp.abril.com.br/materia/a-volta-do-discos-de-vinil>>, <<http://www.opovo.com.br/app/opovo/vidaarte/2013/08/23/noticiasjornalvidaarte,3115636/a-nova-volta-do-vinil.shtml>>, <<http://jconline.ne10.uol.com.br/canal/cultura/musica/noticia/2014/01/25/colecionadores-e-varejo-tentam-manter-sempre-vivo-o-som-do-vinil-114931.php>>, <http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/ed722_o_retorno_do_vinil_em_plena_era_digital>. Acesso em: abril de 2014.

uma movimentação cultural em ebulição, como as que foram escolhidas para compor esta pesquisa: a Magia Negra, dos DJs Renato da Mata e Justino Passos; a Tony Montana/Kubtschek Soul, do DJ Daniel Aragão; Terça do Vinil, do DJ 440; e a Melodia de Bodega, do DJ Pós.

Por que essas festas foram escolhidas e não as outras? Primeiramente, para tentar nos aprofundarmos mais no objeto de pesquisa, e por este envolver a noção de circularidade, que ajuda a entender a própria ideia de cidade, decidiu-se analisar somente os eventos de Recife. Apesar de as festas poderem apresentar um caráter itinerante, como a Terça do Vinil, que surgiu em Olinda, o que configuraria até mais riqueza para a circularidade dos LPs, a necessidade de delimitar claramente o corpus para uma melhor análise foi importante para essa decisão.

Seguindo essa premissa, durante a presença nessas festas notou-se que alguns DJs só utilizavam um toca-discos, o que já afastaria a noção mais moderna de discotecagem, que seria a criação de um ambiente sonoro de música intermitente. Acompanhando esse raciocínio da função de *disc jockey*, o leitor que está a par do cenário recifense poderia questionar se projetos como o Melodia de Bodega e a Terça do Vinil figurariam como festas e como objeto em si para a presente pesquisa, já que acontecem em bares em contato com a rua, faltando um componente essencial que seria o lugar da pista de dança.

Longe de afirmar que todas elas apresentam as mesmas características, e isso também pode se configurar como fator enriquecedor, observou-se que nesses casos uma boa parte do público também dançou e formou uma pista virtual, mesmo que no meio da rua. Gerson Flávio, o DJ Pós, durante a entrevista até colocou que sua preocupação inicial não era que as pessoas dançassem, e sim criar um ambiente de escuta diferenciada. Mas, na equação música e corpo, ainda que o ambiente não seja favorecedor, o resultado é quase sempre um movimento, mesmo que seja sentado na cadeira, balançando a cabeça ou batendo o pé e, nesse caso, também dançando.

Se traçarmos um paralelo na história diante do surgimento da figura dos DJs, duas práticas importantes, dentre outras, foram o surgimento dos *Sound Systems* jamaicanos e sua posterior influência para o aparecimento das *Block Parties* nova-iorquinas e a cultura hip-hop. Esses exemplos mostram, como atrações principais, DJs animando festas de rua com seus discos, em vez de bandas tocando ao vivo. Desse modo, a rua se configura como lugar importante na prática do djing.

Já a Magia Negra representaria o conceito mais comum de festa. Apesar de não mais existir, o projeto foi pioneiro na cidade no quesito de se tocar com LPs, tendo começado suas atividades em 2005, época em que nem se falava muito em Recife sobre a “volta” do vinil. Além disso, os DJs foram os que mais se preocuparam com questões de técnica e profissionalismo, inclusive levantando esse aspecto, dentre outros, para explicar a escolha por discotecar nesse formato.

Apesar de o cineasta Daniel Aragão não se considerar DJ, por não viver disso, e não dominar técnicas de mixagem, desde muito cedo começou a organizar festas em seu apartamento, no Parnamirim, para um grupo de pessoas. A festa Tony Montana também não existe mais e viveu por um curto período de tempo como Kubtschek Soul, no edifício JK. A festa foi escolhida porque, além de ser embalada por sua imensa coleção de discos, tentava recriar um ambiente específico: o das discotecas dos anos 1970. Foi nesse período que a função de DJ começou a se solidificar, e um exemplo muito importante dessa época, ao qual Daniel fez referência durante toda a entrevista, funcionava em um formato parecido: o The Loft, do discotecário David Mancuso. As festas aconteciam em seu apartamento e inauguraram o caráter de exclusividade na cultura da noite. Seguindo a mesma ideia, a Tony Montana se revestiu desse caráter de distinção através de capital simbólico, que o próprio ato de consumir LPs, hoje em dia, carrega.

Assim, para dar conta desse universo, escolheram-se algumas teorias e ideias, dentre uma miríade de possibilidades, para compor uma base que deixasse a pesquisa possível de ser realizada de uma maneira mais clara e objetiva. Essa tentativa, espera-se, não vislumbra cometer o erro de achar que o escopo teórico escolhido poderia esgotar o assunto em si, mas apenas formar a ponta do iceberg de um tema inserido em práticas econômicas e socioculturais forjadas dentro da cultura pop e de uma sociedade em termos gerais.

Dessa maneira, seguindo a premissa de Agamben (2007), para o qual os objetos, desde sua fabricação ao seu consumo, dizem muito sobre nossa cultura, fez-se necessário debruçar-se sobre os LPs almejando situar sua importância como geradores de práticas sociais e de significados, como as discotecagens e festas. De acordo com o filósofo:

As coisas não estão fora de nós, no espaço exterior mensurável, como objetos neutros (ob-jecta) de uso e de troca, mas, pelo contrário, são elas mesmas que nos abrem o lugar original, o único a partir do qual se torna possível a experiência do espaço externo mensurável, ou melhor são elas mesmas presas e com-preendidas desde o início no *topos outopos*, em que se situa nossa experiência de ser no mundo. A pergunta onde está a coisa é inseparável da pergunta onde está o homem? (AGAMBEN, 2007, p. 99).

Essa afirmação abarca uma parte do que foi abordado no capítulo inicial desta dissertação. Noções como materialidade, fetiche e circularidade foram aplicadas e são profundamente inter-relacionadas. A primeira parte da tentativa de Gumbrecht (2010) em dar ênfase aos objetos como produtores de presença, sendo também atores, ou seja, sendo significado *per si* e não meros coadjuvantes no processo de produção de sentido. As mídias, que segundo a definição de Kittler (*apud* STRAW, 2010) são “tecnologias de armazenamento, processamento e transmissão de conhecimento”, como o LP, vão influenciar formações culturais e de sociabilidade, e assim mediar processos de identidade, afeto, alianças, disputas e tensões.

Através das entrevistas pôde-se confirmar que a materialidade dos LPs constituía um importante motivo para sua compra. As qualidades táteis, visuais e sônicas não só justificavam a paixão dos DJs por esse artefato, como também explicavam, em alguns casos, que os LPs ofereciam possibilidades técnicas e de performance muito mais completas do que outros formatos. O fato de poder manusear o disco e realizar mixagens, além de ser “mais bonito”, lhes traria mais segurança. Capas, encartes e arte, assim como peso, tamanho e o fato de poder enxergar o disco tocando, foram colocados como fatores essenciais para os entrevistados.

Como irá se explicar posteriormente, segundo Wellbery (*apud* FELINTO, 2001), a materialidade das mídias é composta por três princípios básicos: medialidade, corporalidade e exterioridade. O último significa dizer que as tecnologias da comunicação não são apenas meios de fazer com que o sentido emane através da ação humana, sendo eles, por si, já carregados de um sentido e que, de acordo com Straw (2010), é esse último princípio que liga todos os trabalhos em torno da ideia de materialidades e que:

[...] por sua ênfase nas “exterioridades” — os contornos que definem o invólucro tecnológico e a interface pública — grande parte deste trabalho está relacionada com as formas em que as mídias reúnem dentro de si a substância comunicativa da vida urbana (STRAW, 2010, p. 22).

Assim, seria mais produtivo analisar as relações sociais e culturais que os objetos criam, quando criam a interface ser humano-coisa, através de sua circulação na cidade, do que interpretar esse significado fora deles. A urbe surge como peça importante e indispensável para se estudarem práticas sociais e culturais contemporâneas, assim como a sua resignificação a partir da circularidade dos objetos culturais dentro dela. Por isso, pesquisar o consumo de LPs por meio das festas da cidade de Recife, ativando uma circulação desses bens, assim como a formação de uma cena (STRAW, 1996) encabeçada por DJs e de um

circuito cultural (HERSCHMANN, 2010) emergente, pela ótica da circularidade (STRAW, 2010), foi de extrema importância para o trabalho atual.

Dessa maneira, antes de se chegar a Materialidades da Comunicação e a Circularidade, houve uma tentativa de situar historicamente o LP e as práticas de djing, para mostrar que esse objeto detém uma grande importância na própria ideia do que temos quando se pensa a relação de indivíduos com a música. O LP foi responsável por criar a ideia do formato de álbum e nesse processo, ajudou a cristalizar o anterior formato de canção. Criou, ainda, as bases para o fortalecimento da indústria fonográfica e a naturalização dos processos de escuta.

Esses dados talvez ajudem a explicar por que o LP nunca deixou de existir e por que uma história linear e evolutiva das mídias não é adequada e está sujeita a cometer erros, como quando se anunciou a morte do LP face à chegada do CD, e a morte desse face à chegada do mp3. Mesmo levando em consideração que o LP tenha se tornado um objeto de culto num mercado de nicho, em vez de principal produto fonográfico. Por isso, a Convergência de Jenkins (2008) e a Remediação de Bolter e Grusin (2000) ajudaram nesse processo de entendimento de coexistência de diferentes mídias na contemporaneidade, ainda que oriundas de tempos diversos.

Durante as entrevistas com os cinco DJs, apenas um não se declarou um colecionador fervoroso, mas também não afastou totalmente essa possibilidade, ainda se declarando um grande comprador de LPs e praticante da garimpagem, que é o ato de ir constantemente aos sebos para procurar de forma minuciosa discos raros ou essenciais, de acordo com a noção de discografia, estritamente ligada à atividade da crítica musical que diz quais álbuns são colecionáveis ou não. Diante disso, e por se notar que ser colecionador contava como um valor para os entrevistados recorreu-se a Benjamin (1995, 2006), Baudrillard (2009), Reynolds (2011) e Straw (2010), para tentar captar um pouco da essência do que é ser de fato um colecionador.

A partir desses teóricos, usou-se a noção de Agamben (2008), situando todo colecionador como um feticista, já que o objeto do fetiche funciona como um substituto de algo que ficou ausente na vida da pessoa. Então ele compra e coleciona para tentar preencher esse vazio que se instaurou e, mesmo sendo esse objeto tangível, ele sempre estará na ordem do inapreensível, configurando-se como presença de uma ausência.

No entanto, o enquadramento do colecionador como um feticista serve de ponte para uma desmitificação do caráter negativo com o qual o fetiche sempre foi tratado. Segundo Stallybrass (2012), antes mesmo de a palavra ser usada na psicanálise, ela já surgira como

uma coisa nefasta desde os tempos das grandes colonizações. Conforme o autor: “O que era demonizado no conceito de fetiche era a possibilidade de que a história, a memória e o desejo pudessem ser materializados em objetos que fossem tocados e amados [...]” (STALLYBRASS, 2012, p. 45). Para ele, amar os objetos e por ventura colecioná-los não constitui um problema ou consumismo acéfalo e desenfreado, mas algo inerente à cultura humana e que diz muito sobre afetos, memórias e significados.

Em menor escala, conteúdos de aspectos nostálgicos foram identificados em duas entrevistas. E por isso tentou-se entender um pouco o que significaria a nostalgia no contemporâneo, por meio dos trabalhos de Hutcheon (1998) e do que Reynolds (2011) chamou de *retromania*. Voltando-se para o passado, às vezes o idealizando de forma romântica, ou o tratando com ironia e tentando ressignificar práticas consideradas mortas, os apaixonados por vinil constroem um mosaico de possibilidades de interpretação.

Todas as entrevistas foram em profundidade e quatro, do total de cinco, foram realizadas presencialmente. Uma foi feita via Skype, a de Gerson Flávio, o DJ Pós da Melodia de Bodega, pois ele está morando em Brasília. Todas partiram de um roteiro semiestruturado, mas que poderia e deveria permitir outras perguntas durante o processo, para que o mesmo não fosse engessado.

No ato da entrevista procurou-se uma disponibilidade total para a pessoa interrogada, por meio de uma escuta atenta. Tentar não interferir muito no processo e deixar o interlocutor à vontade, para que suas ideias pudessem vir à tona, foi uma preocupação, visto que estar em frente a um pesquisador poderia levá-los a tecer comentários não tão espontâneos. Nesse quesito, acho que consegui me sair bem, pois consegui estabelecer uma conexão bem natural com os entrevistados, talvez pelo fato de mostrar que entendia muito do que eles estavam falando, levando a conversa a ares menos formais e, ainda, por dois deles, Daniel Aragão e Renato da Mata, já serem conhecidos de longas datas.

Além das entrevistas semiestruturadas e em profundidade, outra técnica utilizada foi a da observação participante, pois seria essencial vê-los atuando junto ao público, para poder ter uma visão mais aprofundada de todo o processo. Fui a diversas edições da Terça do Vinil, desde quando ainda acontecia em Olinda até as mais recentes na Casa da Moeda no Recife Antigo. Apesar de a Melodia de Bodega já ocorrer há três anos na cidade, tomei conhecimento dessa festa apenas a partir de 2013, ano em que compareci a diversas edições. Por conhecer Daniel Aragão há mais tempo, fui a diversas festas da Tony Montana no passado e a uma das últimas edições no edifício JK. Cheguei a ir para uma ou duas edições da

Magia Negra. Pude observar os parceiros Justino Passos e Renato da Mata, em dezembro de 2013, durante a festa de confraternização do selo Joinha Records, em Casa Amarela, e também em performances separadas em diversos outros momentos.

Com este trabalho, espera-se que o objetivo de pesquisar o recente aumento do consumo de LPs em uma era digital possa ter sido atingido pelo menos em parte. O processo de investigação passou pela análise das festas de vinil na cidade de Recife e seus DJs, formando circuitos e cenas culturais e sendo parte, ao lado e pelos LPs, da circularidade dos objetos culturais que dão sentidos diferentes para a cidade e a ressignificam por meio de afetos, sensibilidades e técnica, assim como envolvem política, economia e cultura em processos de disputas e alianças.

1. O LP, OS DJS E AS FESTAS

1.1 O LP

Muitos autores já dedicaram seu trabalho para contar a história das mídias musicais e seus aparelhos reprodutores e situar a importância de tais artefatos na cultura contemporânea: Magoun, 2002; Millard, 2002; Keightley, 2004; Shuker, 1999; Dantas, 2005; Dias, 2000; De Marchi, 2005; Sá, 2009; dentre outros. Apesar de o disco de vinil ser de suma importância para a atual pesquisa, não se deseja construir detalhadamente sua história, como bem o fizeram os autores acima, pois esse percurso visa aprimorar o entendimento do foco principal deste trabalho que se dará na circularidade do artefato cultural no ponto específico de festas realizadas na cidade de Recife, em que o disco de vinil assume o papel de protagonista como agente cultural na vida urbana de certos locais. Porém, partindo de um corte diferenciado, faz-se importante uma pequena contextualização dessa mídia.

A primeira formatação do que depois foi conhecido como indústria fonográfica se deu a partir da invenção de Berliner, o gramofone de 1888. O aparelho permitia a gravação e a reprodução sonoras e a mídia utilizada seria o disco de goma-laca, em vez dos cilindros de Thomas Edison. A principal diferença do novo aparelho é que este permitia a reprodução massiva dos discos, o que não poderia acontecer com o cilindro que, uma vez gravado, tornava-se objeto único, sem possibilidade de cópias. Nos primeiros anos do século XX, aperfeiçoou-se o disco, permitindo a gravação em ambos os lados. Esse fator, junto com a maior durabilidade e a capacidade de reprodução massiva, contribuiu para a criação de um mercado de discos pré-gravados e não mais para gravações caseiras e, posteriormente, com a solidificação desse mercado, “uma indústria de entretenimento massivo para consumo individualizado e preferencialmente para o lar” (DE MARCHI, 2005).

Faz-se importante pontuar como o surgimento das técnicas de gravação e reprodução sonora modificou a maneira de se experienciar a música e introduziu toda uma gama de novos hábitos de escuta e comportamento dos ouvintes ao longo de seu desenvolvimento e consolidação, inaugurando um novo momento na cultura. Antes da fonografia⁶, a música era apenas experienciada ao vivo e *in loco*⁷. Fosse na rua, em salas de concerto, na igreja ou até mesmo em casa, para as classes mais abastadas, não havia outra possibilidade de se manter

⁶ O termo “fonografia”, apesar de vir do fonógrafo de Edison (cilindros) e não do Gramofone de Berliner (discos), é utilizado pelos autores Peters e Rothenbuler (1997) como o conjunto de mídias rodadas mecanicamente ou que utilizem técnicas analógicas de inserção sonora, não as diferenciando especificamente.

⁷ Importante salientar que aqui se refere a processos de escuta, deixando de lado a experiência com a música por meio das partituras, que ocorreu antes do surgimento da fonografia.

em contato com essa expressão cultural. Segundo Peters e Rothenbuler (1997), por meio da fonografia a música tornou-se “descorporificada”:

O fonógrafo ajudou a modificar nossa relação com a música: a música não mais precisaria de um músico ao vivo. A música assumiu uma vida própria, independente de compositores, músico ou plateias. A música, em resumo, virou um objeto. O disco, como Adorno coloca, “é a primeira maneira que uma apresentação musical pode ser possuída como uma coisa” (p. 243).⁸

Apesar de se poder vislumbrar essa nova acepção da música como importante e transformadora, há de se relativizar uma total descorporificação, dado que, a partir da materialização da música em um suporte, tornaram-se possíveis novas práticas envolvendo o artefato e o corpo humano: o manuseio do objeto (“tocar na música”), a possibilidade de customização da sonoridade (técnicas de *scratch* dos DJs, manipulação do som através de fitas magnéticas, controles de equalização presentes em toca-discos etc.) e a própria naturalização da escuta.

Nesse sentido, talvez o melhor termo seja *recorporificação* da música, já que a relação dos indivíduos com essa expressão cultural modificou-se profundamente a partir dos processos gravação, reprodução, circulação e consumo. A própria maneira de ouvir música, tida como espontânea, passou por diversas configurações por meio de estudos científicos e aplicação de tecnologia nas diversas técnicas de gravação e reprodução sonora ao longo do tempo.

Assim, pode-se pensar como o desenvolvimento do microfone possibilitou um novo jeito de cantar — mais sussurrado e coloquial, antes impossível devido aos ambientes barulhentos e por a voz não conseguir competir com instrumentos musicais — e gerou um novo tipo de apreciação estética. Ou como a invenção da guitarra elétrica, uma inovação técnica, abriu caminhos para o surgimento de um gênero musical, o rock’n’roll. Esses exemplos tornam claro o alinhamento entre cultura e técnica, mas nem sempre por caminhos óbvios: como a expectativa do público que espera ouvir, em um concerto ao vivo, aquilo que ouviu no disco da sua banda favorita.

Nesse caso há uma inversão das funções e etapas do processo musical, ou como coloca Simone Sá (2006), há uma inversão na própria ideia do que é original e cópia, sendo a gravação em estúdio uma criação musical *per si* e o que vai balizar, por exemplo, a expectativa da audiência em um show, querendo ouvir e cantar junto aquilo que ela ouviu

⁸ No original: “The phonograph helped change our relationship with music: music no longer required a live performer. Music took on a life of its own, independent of composers, musicians, or audiences. Music, in short, became an object. The record, as Adorno put it, ‘is the first means of musical presentation that can be possessed as a thing.’ ”

anteriormente na faixa gravada. A audição, os modos de escuta, os suportes e formatos musicais são resultado da imbricação de técnica, indústria e cultura.

De certa maneira, pode-se observar a partir da era do mp3, em que a importância dos suportes e formatos foi extremamente questionada, que existe uma necessidade de recorporificação da música, pelo menos em alguns nichos. Seja na cidade reemergindo como um importante locus privilegiado da experiência musical, por meio da articulação de cenas culturais com a crescente realização de festas, shows e festivais; seja na retomada do LP. Fatores que podem apontar para uma nova recorporificação e necessidade de materialização da música não só pelos suportes, mas do próprio tecido urbano. Este é um ponto importante para a pesquisa aqui apresentada, já que foram observados novos lugares de produção de sentido e sociabilidades por meio de práticas culturais em determinados locais e/ou festas que têm o vinil como chamariz.

Voltando à fonografia como prática cultural, como apontam Yochim e Biddinger (2008), a metáfora da morte, muitas vezes citada em relação ao LP, vem de uma associação dessa tecnologia a uma certa humanidade atribuída ao artefato. Com a chegada da fonografia, ocorreu um processo ao mesmo tempo de estranhamento e estupefação para com os novos aparelhos, que poderiam reproduzir a voz humana, um processo fantasmático o qual sugeria que o espírito da pessoa estaria dentro do disco, ou que ela poderia viver além da morte. Então, para os ouvintes do século XIX, houve um processo complexo de separar a voz do corpo e uma subsequente recorporificação desta num disco, gerando “[...] a noção de que o vinil tem sido sempre evocativo da humanidade, falibilidade e mortalidade das pessoas” (YOCHIM e BIDDINGER, 2008, p. 8)⁹.

Também a partir da fonografia, desenvolveu-se a escuta repetida: as pessoas poderiam escutar várias vezes a mesma canção, perceber seus detalhes e eternizar os sons. Ao mesmo tempo poderiam levar os fonogramas para casa e escutá-los quando bem entendessem. Isso causou outra grande mudança na relação com a música, antes impossível: o controle do tempo. O ouvinte, além de poder escolher o que queria ouvir, conquistou a liberdade de quando ouvir, não mais preso ao evento musical ao vivo. A essa altura, o hábito de escuta já havia se transportado para o universo particular dos lares, mas outra grande mudança foi ocasionada pelo barateamento dos aparelhos de reprodução e o desenvolvimento de técnicas de portabilidade. O ouvinte também conquistou o espaço, podendo escutar o disco em outros cômodos da casa (ligado diretamente à cristalização do mercado de música jovem) e até em

⁹ No original: “Key here is the notion that vinyl has always been evocative of people’s humanity, fallibility and mortality.”

outros lugares. Assim, as pessoas passaram de meros ouvintes a grandes consumidores de música.

Com o surgimento do rádio, e este depois se tornando um concorrente dos gramofones no consumo doméstico, impulsionou-se a adoção de novas tecnologias na indústria fonográfica, sendo a principal delas o uso da gravação elétrica, que faz surgir um novo padrão de consumo: o disco de 78 rpm, que permitia a gravação de aproximadamente três a quatro minutos em cada lado. Essa limitação técnica foi o que veio a padronizar o tempo da canção midiática.

A partir da Segunda Guerra Mundial, com o corte do fornecimento da goma-laca (produzida na Ásia) pelo exército japonês para o mercado norte-americano, pesquisaram-se novas matérias primas para a fabricação dos discos e, então, se descobre o plástico de vinil. Concomitantemente, é desenvolvida a gravação em microsulco, o que amplia a capacidade de gravação, assim como aumenta a frequência sonora. Essas inovações dão origem ao compacto (45 rpm) e ao *long-play* (33 e 1/3 rpm) (DE MARCHI, 2005).

O LP é lançado em 1948 pela gravadora Columbia e logo se consolida como principal produto da indústria fonográfica. Primeiramente, porque o próprio nome do suporte já indica uma experiência sonora diferente para o consumidor, de longa duração, diferenciando-o dos outros discos da época. Para a indústria, foi um produto âncora que pôde tornar o mercado mais “seguro”, com um disco que poderia ser vendido ao longo do ano, em vez do mercado volátil dos *singles* (compactos) restritos à época do lançamento.

É por meio do LP que também surge o formato de álbum, entendido como uma obra fechada, com cerca de 40 minutos, em que as canções são interligadas, divididas em lado A e lado B, com capa, encarte, texto de apresentação, ficha técnica e um título. Assim, junto com a durabilidade do vinil (mais resistente que a goma-laca), o desenvolvimento do sistema estéreo e a promessa da alta-fidelidade, o LP ganha status de objeto cultural, que junto com a experiência sonora alongada e o formato de álbum dando a ideia de um evento musical em si, passa a ser desejado e colecionado por fãs de música (DE MARCHI, 2005; SÁ, 2009).

A consolidação da indústria fonográfica a partir do consumo de música gravada em produtos editoriais, como o disco, acabou por estabelecer uma “cultura de música” ou práticas de escuta centradas no colecionismo, no armazenamento de artefatos como LPs e CDs. Essas práticas acabaram interconectadas à repetição e ao conhecimento especializado como parte diferencial das escutas musicais ao longo do século XX.

Como bem observam os autores supracitados, o LP passa a ser visto como um repositório cultural como o livro, que se diferenciava do consumo efêmero dos *singles*, sugerindo uma escuta intensa e repetida. Apesar de uma possível “aura” que os amantes do LP vão atribuir a ele, deve-se lembrar que o mesmo, além de ter criado as bases da indústria fonográfica, permaneceu como seu principal produto editorial dos anos 1950 até meados dos 1980, servindo, inclusive, na época de lançamento, de agenciamento para notícias e críticas da imprensa especializada e como ponto de partida para posteriores turnês dos artistas.

O que existe no momento do lançamento do vinil — apresentando uma superioridade técnica em relação ao disco de goma-laca e inaugurando o formato de álbum, dando uma ideia de obra musical (superioridade cultural) — é um certo status atribuído ao artefato, associando sua compra a um consumo sério e justificado, e não um mero consumismo. Apesar dessa diferenciação inicial dos demais produtos massivos, posteriormente, com sua consolidação no mercado e substituindo, aos poucos, o disco de 78 rpm, o LP passa a ser objeto mundano.

De certa maneira, pode-se observar a recente revalorização do LP, apesar de agora ser um produto de nicho, como um modo em que os amantes da música têm de se diferenciar do consumo mais comum, feito através da música digitalizada, reafirmando identidades e construindo redes de sociabilidade por meio de um produto inserido como objeto de desejo e adoração que promove status e um ar *cool* aos seus consumidores.

De artefato revolucionário nas suas primeiras épocas, a produto mundano na posterioridade, Yochim e Biddinger (2008) percebem, por meio de consulta a exemplares da revista *Rolling Stone* entre as décadas de 1970 e 1980, que a questão do LP não é tratada sequer como um assunto válido para discussão. Apesar de, a partir da década de 1960, o mercado também já contar com as fitas cassetes, estas eram vendidas apenas como uma complementariedade ao LP, tanto que a indústria não investia muito em fitas pré-gravadas, sendo a prática de *home-taping* encorajada para os consumidores gravarem sua coleção de LPs e não terem o risco de perder seu disco favorito.

À vista disso, até o fim da década de 1970, nenhum outro suporte ameaçou a hegemonia dos LPs. Vale lembrar que no início da consolidação do rádio musical e sua popularização em proporções gigantescas, houve um momento de tensão com a indústria fonográfica. Essa situação foi resolvida mediante o pagamento de direitos autorais e com a percepção de que as emissoras de rádio poderiam ser grandes aliadas para a venda de discos, união que viria a ser mais fortemente consolidada pela prática do *jabá*.

Porém, como apontam esses autores, a partir de 1978 e 1979, começa uma crise no mercado fonográfico devido ao questionamento da qualidade dos discos. Alguns fatores são elencados para que isso tenha ocorrido: (a) nessa época há uma crise do petróleo (matéria-prima básica do vinil), o que encareceu muito sua produção para os fabricantes, levando-os a baixar a qualidade do produto para continuar lucrativo; (b) os aparelhos de reprodução, investindo cada vez mais em tecnologia para melhorar ao máximo a potência e a qualidade sonora, por sua vez, fez com que falhas, antes imperceptíveis, viessem à tona.

Com quedas sucessivas de faturamento, a indústria fonográfica começa uma batalha contra o mercado de fitas virgens e contra as emissoras de rádio que tocavam álbuns inteiros, atribuindo a estes o principal motivo do declínio. Essa tensão entre consumidores e a indústria continuou até que a última passou a investir mais no mercado das fitas pré-gravadas, melhorando sua qualidade e durabilidade a partir do começo dos anos 1980, para poder competir com a prática de *home-taping*, e pela fabricação desse ‘novo’ produto ser bem mais barata que a do LP.

Até que, ao final do ano de 1983, a venda desse suporte ultrapassa a de vinil e, posteriormente, todos esses fatores criaram o momento e o ambiente perfeitos para o lançamento do *compact disc* no mercado (YOCHIM E BIDDINGER, 2008).

1.2 DO LP PARA O CD

Naquele ano de 1983, o CD foi lançado no mercado como o principal produto a substituir o LP, por duas gigantes do mercado fonográfico e de equipamentos de reprodução sonora, a Sony e a Philips. Usando uma tecnologia de inscrição digital, o novo suporte prometia qualidade sonora superior, maior durabilidade e portabilidade mais conveniente. O investimento tanto em propaganda quanto na tecnologia foram imensos, a fim de tornar esse mercado mais viável e conquistar o maior número de adeptos no menor tempo possível.

A aposta no CD era tamanha que, em 1982, um ano antes do seu lançamento, já se faziam previsões para seu completo controle do mercado e total substituição dos discos de vinil. As resenhas em revistas especializadas eram quase sempre muito favoráveis à nova mídia e, em apenas cinco anos de mercado, o preço de um cd player, nos Estados Unidos, caiu de U\$1.000,00 para U\$150,00 (YOCHIM E BIDDINGER, 2008, p. 15). Conseqüentemente, barateando cada vez mais o artefato e convencendo os consumidores de que este era o produto do futuro, com qualidade superior, a indústria fonográfica encorajou-os a trocarem suas

coleções de LPs por CDs. Paulatinamente, a venda de LPs foi caindo, não existindo mais investimento das grandes gravadoras nesse suporte, até que este vai se esvaindo das prateleiras das lojas e sua morte é decretada pela crítica especializada e lamentada pelos seus entusiastas. É importante ressaltar que a própria indústria fonográfica incentivou essa prática de substituição de mídias, o que vai reforçar a falsa ideia que normalmente se propaga, de uma suposta linha evolutiva das tecnologias de reprodução sonora.

Aos poucos, o suporte emergente possibilitou novas práticas de consumo e reprodução. Com o sucessivo barateamento e popularização do CD e a evolução dos *hardwares* dos PCs, os gravadores de discos para uso pessoal começam a ser cada vez mais acessíveis. Com isso, a prática de cópia e venda ilegal de fonogramas, já presente desde as fitas k7, toma uma proporção nunca vista. O mercado informal de ambulantes, pelo qual essa produção vai ser escoada, além de cópias para o uso pessoal e para distribuição entre amigos, será alvo de críticas e receio por parte da indústria e seus artistas. Práticas de propaganda criminalizando esse mercado não oficial, assim como a aplicação de tecnologias (mal sucedidas) para o travamento dos CDs fabricados pelas grandes gravadoras tornam-se cada vez mais comuns.

1.3 DO CD PARA O MP3

Porém, com a digitalização da música a partir do CD e os posteriores avanços tecnológicos da informática e das telecomunicações, o mundo presenciou outra grande transformação no consumo da música: o mp3 e seu compartilhamento gratuito e quase irrestrito na web.

Primeiramente, com a internet ainda discada, a forma de acesso ao arquivo se dava faixa a faixa, mesmo que o objetivo fosse conseguir um álbum completo. Programas como o pioneiro Napster ajudaram a solidificar essa nova prática de consumo musical pois, além de gratuito, fornecia a possibilidade de ouvir um disco nunca lançado no Brasil, por exemplo, ou ainda encontrar um disco há muito fora de catálogo. As grandes gravadoras e até músicos consolidados, como foi o caso do Metallica em relação ao Napster, realizaram embates épicos nos tribunais em relação aos direitos autorais não pagos e até conseguiram fazer com que o programa encerrasse suas atividades.

Porém, depois dele vieram muitos, como Kazaa, Audio Galaxy, Soulseek, eMule entre outros, numa velocidade quase impossível de ser acompanhada pela indústria e se utilizando

de diferentes tecnologias de compartilhamento. Com a popularização da banda larga, essa prática se enraizou ainda mais, aumentando a facilidade do *download* de álbuns completos em um tempo mínimo, assim como a disponibilidade de vários fonogramas, agora com ajuda da tecnologia *torrent* e em milhões de blogs especializados que se espalharam pelo mundo virtual.

A indústria fonográfica, então, entra em convulsão, e as vendas do seu principal produto editorial caem vertiginosamente. Cogitou-se a hipótese de não só os suportes físicos não terem mais lugar nessa nova configuração do mundo da música, como também os formatos de álbum e de canção. Essa “revolução” digital não se resumiu às maneiras de inscrição sonora em suportes e sua reprodução, mas no próprio fazer musical, na maneira de circular e até na forma de se pensar a música:

Na revolução digital, o mundo é mediado por computadores e telas, e tudo tem de poder passar por este constante processo de conversão para poder ser utilizado e circular pelo ciberespaço, e conseqüentemente, códigos são criados para que as informações possam ser digitalizadas e manipuladas. Existe aqui uma ruptura brutal no processo de composição musical, talvez a maior desde o surgimento da notação musical, onde a música pode ser “vista” nesta representação gráfica das interfaces, trazendo com isto um novo paradigma. Uma música que pode ser criada visualmente, sobre loops anônimos ou conhecidos, em uma série de equipamentos que vão dos grandes estúdios aos celulares e que não estão presas a nenhum suporte físico. Um impacto talvez tão poderoso quanto o cilindro de Thomas Edison, de 1877, impactos estes que ainda não conseguimos mensurar de forma efetiva, pela própria novidade e vertigem da tecnologia (PAIVA, 2012, p. 109).

De fato, há uma total reconfiguração das maneiras de produção, circulação e consumo da música. Um impacto tão grande que obrigou as poderosas *majors* a repensar suas estratégias; os artistas consagrados a questionar seu lugar nessa nova configuração e se adaptar a novos caminhos; assim como fez com que novos músicos se beneficiassem desse contexto de independência do antigo modelo e pudessem gravar e divulgar seu trabalho com mais facilidade.

1.4 DJS E FESTAS

1.4.1 Cenário Internacional

Não foi desde sempre que o termo DJ (*disc jockey*) esteve associado a festas, apesar da função já existir antes mesmo de a palavra ser ligada ao ato de animar uma pista de dança. O termo surgiu nos Estados Unidos, em 1935, quando o comentador de rádio Walter Winchell o usou para descrever o trabalho de Martin Block, um dos primeiros locutores a virar

celebridade. Enquanto esperava mais informações do caso do sequestro de Lindbergh¹⁰, Block inventou que estaria transmitindo ao vivo, direto de um baile, onde colocou músicas dos artistas americanos mais famosos para tocar.

Um tempo depois, esses DJs também passaram a tocar em festas adolescentes de *highschools* norte americanas, por volta da década de 1950, nas quais o principal ritmo tocado era o rock, que começava a ser disseminado nas emissoras e logo virou sinônimo de música da juventude. Inclusive nomes como Alan Freed, que inventou o termo “rock’n’roll”, faziam essas festas que eram embaladas pelas músicas do DJ e seus discos, e não mais por bandas ao vivo ou máquinas de *jukebox*.

No entanto, o título de primeiro DJ da história é atribuído ao inglês Jimmy Savile, que depois ficou internacionalmente conhecido como apresentador do programa *Top of The Pops* da BBC. Apesar de ser algo questionável e sem precisão histórica — pois foi ele mesmo quem se intitulou como tal em sua autobiografia —, o fato é que em 1943 ele colocou discos de jazz para um público de mais de 200 pessoas, na cidade de Otley, na Inglaterra. A Savile também se atribui o fato de ter usado dois toca-discos ao mesmo tempo, em 1947, para criar um ambiente de música ininterrupta, o que só veio a acontecer nos E.U.A. em 1955, com o DJ Bob Casey.

O ano de 1947 também foi o de abertura da famosa boate francesa Whiskey A Go-Go, considerada a primeira discoteca (*discothèque*) da história por ter sido pioneira no ramo de casas comerciais em que a música era mais centrada nos discos do que em apresentações ao vivo. Além de ter vindo a influenciar toda uma cultura da noite e da boemia, lá também se começou a usar duas vitrolas em 1953.

Ainda na década de 1950, outro acontecimento de extrema importância para a cultura dos LPs e DJs foi o aparecimento dos *Sound Systems* na Jamaica. Eram festas de rua itinerantes promovidas e tocadas pelos *Deejays* e seus grandes sistemas de som. No começo, os blues e R&B’s norte-americanos eram os ritmos favoritos dessas festas, mas assim que a música jamaicana começou a se diversificar, logo tomou conta de todo o repertório, sendo o próprio *Sound System* um grande responsável para o aparecimento e desenvolvimento da música local.

Esse tipo de festa ficou tão popular que depois de um tempo obliterou as apresentações ao vivo, ao mesmo tempo em que foi peça chave para o aparecimento dos gêneros musicais mais conhecidos da Jamaica: ska, rocksteady, reggae e dub. Os produtores do *Sound System*

¹⁰ O sequestro de Charles Lindbergh Jr., então com 1 ano e 8 meses, filho do aviador Charles Lindbergh, foi um dos crimes que mais tiveram os holofotes da mídia no século XX.

também foram pioneiros em alterar as músicas e produzir faixas exclusivas para tocarem em suas festas. Esse acontecimento cultural composto por grandes sistemas de som e DJs influenciou vários outros ao longo da história da música popular, desde as *Block Parties*¹¹ nova-iorquinas, que culminaram com o surgimento do rap, até as Aparelhagens paraenses.

No meio dos anos 1960 as boates continuaram a crescer em número nos E.U.A e Europa, e foi nessa época que equipamentos profissionais para DJs começaram a aparecer no mercado, como o *mixer*¹² Bozak, desejado por muitos até hoje. Apesar do final desta década ser tido como de declínio de discotecas, que voltaram a investir em bandas, foi em 1969 que o DJ da Sanctuary de Nova Iorque, Francis Grasso, desenvolveu duas importantes técnicas utilizadas até hoje. A primeira, *beatmatching*, consiste em combinar o *tempo* ou BPM (batidas por minuto) de duas músicas, para criar a ilusão de música contínua, com o intuito de que os dançarinos não deixem a pista. A outra técnica é chamada de *slip-cuing*, que é a de segurar um disco enquanto o toca-discos está girando, e o solta no momento desejado para criar uma entrada repentina da música, sem esperar o ajuste de velocidade do toca-discos.

Com o aumento do fluxo de imigração dos jamaicanos para Inglaterra e E.U.A. na década de 1960, logo seus *Sound Systems* foram popularizados nas localidades de baixa renda. Isso permitiu que os primeiros passos do que viria a se tornar o rap fossem dados no Bronx, em Nova Iorque. Em 1973 o DJ jamaicano Kool Herc, conhecido como o “pai da cultura hip-hop”, costumava se apresentar em *Block Parties* do bairro e desenvolveu a técnica de mixar dois discos iguais para frente e para trás para aumentar o tempo de execução de uma parte instrumental da música ou para fazer o *break*, que consiste em deixar somente os elementos percussivos da música em evidência. É a partir desse momento que começa a se desenvolver o *turntablism*¹³, a arte de fazer e manipular música através dos toca-discos e LPs.

1974 também foi um ano essencial para a música popular e para a cultura dos DJs: a banda alemã de música eletrônica Kraftwerk lança a música de 22 minutos “Autobahn”, que ocupava um lado inteiro do LP. Considerados os pioneiros desse gênero musical, eles vieram a influenciar também o rap, quando um dos seus principais artistas e mentores, Afrika Bambaataa, sampleou suas músicas no clássico Planet Rock, de 1982. O segundo marco de

¹¹ Nada mais do que “festas de bairro”. Os moradores de um mesmo bairro se reuniam para celebrar com música, em enormes festas públicas. Elas ficaram muito populares a partir da década de 1970 com os DJs e seus *Sound Systems*.

¹² O *mixer*, como o nome já indica, é um aparelho que fornece as possibilidades para os DJs mixarem uma música na outra, para criar um ambiente de música contínua. Como uma mesa de som, os toca discos são ligados a ele, que é ligado às caixas de som. Nele há como controlar o volume, a saída de som, o ganho e diversos outros recursos.

¹³ Essa expressão deriva da palavra *Turntable*, que nada mais é que o toca-discos.

1974 se deu quando a marca de equipamentos de som Technics lançou o toca-discos SL-1200, que evoluiu, em 1979, para o SL-1200 MK II, considerado até hoje pelos DJs de LP o melhor aparelho de todos os tempos.

Outro acontecimento importante se deu no ano seguinte, em 1975, quando o DJ Grand Wizard Theodore inventou por acidente, enquanto treinava no seu quarto, a técnica mais reverenciada e popular até hoje, o *scratch*. Foi a partir dessa época, meados da década de 1970, que o gênero musical rap se desenvolveu e se transmutou para uma cultura mais diversificada, unindo quatro elementos da arte de rua do Bronx: *graffiti*, *djing*, *breaking* e *mcing*. Estava criada a cultura hip-hop, que influencia até hoje música e comportamento no mundo todo.

David Mancuso é conhecido por ser o DJ precursor de festas exclusivas, nas quais tocava sua coleção de discos só para convidados, no seu apartamento que ficou conhecido como *The Loft*, em Nova Iorque. Ele desenvolveu um sistema de parceria com as grandes gravadoras, também em 1975, chamado de *record pool*, em que DJs receberiam novidades da indústria fonográfica em primeira mão, por meio de LPs, e em troca tocariam músicas desses discos em seus *sets*.

Também na década de 1970, as grandes metrópoles passam por um segundo momento de explosão das discotecas, já que nesse período começa a efervescência da *disco*, um gênero musical mais pop e dançante nascido da mistura do soul e funk norte-americanos com a música latina. Apesar de a *disco* ter alcançado o *mainstream* no meio dessa década, com artistas como Donna Summer, KC & The Sunshine Band, Gloria Gaynor e outros, vale lembrar que produtores e gravadoras também tiveram papel essencial, como Tom Mouton da Salsoul Records. Embora não fosse um DJ, a ele são creditados a invenção do remix de *dance music* (ou *extended mix*), que se trata de versões manipuladas da música original com um tempo maior em que efeitos eram adicionados à faixa; e o *single* de 12 polegadas, que com o tamanho de um LP possuía apenas uma música de cada lado, mas por ter sulcos bem maiores permitiam uma maior qualidade sonora e favorecia os tons graves, sendo assim preferido para se tocar nas boates.

Um colega de gravadora que também teve destaque na cena *disco* foi o DJ e produtor Walter Gibbons, que lançou o primeiro *single* de 12 polegadas comercial com o remix da música “Ten Percent” do grupo Double Exposure. Gibbons começou a usar técnicas de remix do dub, depois de assistir a performances de Kool Herc, o que levou sua música a ficar cada vez mais experimental e influenciar os DJs pioneiros de *house*, junto com François Kevorkian

(residente da Paradise Garage e Studio 54) e Nicky Siano (fundador da lendária The Gallery que também tocou no Studio 54).

Esses DJs, sendo lembrados por sua habilidade e por terem dado início à cultura do remix, foram peças chave para o aparecimento da *house* através de Larry Levan e Frankie Knuckles, esse último considerado o “padrinho da *house music*”. Eles eram amigos de infância e tornaram-se DJs residentes na discoteca Continental Baths, em Nova Iorque, onde incluíam em seus *sets* R&B, funk e *disco*. Enquanto Levan virou uma celebridade da noite nova-iorquina, discotecando no Paradise Garage, Knuckles se mudou para Chicago e logo foi convidado para tocar no clube Warehouse – cujo nome teria sido usado para batizar esse estilo de música eletrônica. Com a decadência da *disco*, o *house* foi tomando lugar de destaque no *underground* e abriu caminho para que surgissem estilos influentes de música eletrônica como *acid house*, *techno*, *drum'n'bass*, entre outros.

1.4.2 Brasil

Segundo a pesquisa da jornalista Claudia Assef em seu livro “Todo DJ já sambou” (2003), o primeiro *disc jockey* brasileiro foi Osvaldo Pereira. Na época, as noites de São Paulo eram animadas por grandes orquestras em bailes localizados em bairros nobres. Pelo fato de as orquestras terem muitos músicos e um som impecável, acontecendo em clubes de alto poder aquisitivo, a entrada era muito cara e impedia que os moradores do subúrbio frequentassem esse tipo de programa.

Osvaldo, fã de música, trabalhava em uma loja que vendia discos e consertava vitrolas. Apresentando uma grande habilidade para mexer em equipamentos, construiu um sistema de som para ligar ao seu toca-discos, bem mais potente que os encontrados à época, e começou a fazer casamentos e aniversários em seu bairro. Um ano depois, em 1959, ele foi o primeiro a sustentar um baile só com discos, e a “orquestra” de um homem só foi batizada de Orquestra Invisível. Por produzir um baile bem mais barato, já que não se gastava com músicos, que tocava os sucessos da época e aguçando a curiosidade da plateia por ser uma “orquestra invisível”, o DJ logo começou a ganhar espaço e público (2003, p. 22-23).

No seu *set* rolavam músicas fiéis ao repertório das grandes orquestras como Glenn Miller, Ray Charles, Frank Sinatra, Ray Coniff e canções nacionais de Bolão e Valdir Calmon (precursores do samba-rock), Golden Boys, Elza Soares e Miltoninho, entre outros (2003, p. 23). A Orquestra Invisível tocou até 1968 e, com o sucesso nos anos anteriores, Osvaldo Pereira chegou a ter uma equipe para carregar o equipamento, fazer panfletagem e teve até outro DJ

para conseguir cobrir as várias festas que fazia. Por seu pioneirismo, estrutura e o tipo de som que colocava, foi, segundo Assef (2003), o precursor dos bailes *blacks* da década de 1970.

Com a aposentadoria de Osvaldo e o surgimento de uma nova febre das pistas, o samba-rock, diversos DJs e duplas ou equipes foram aparecendo. Nessa época, o rock era o gênero musical mais tocado, e o “samba-rock” era, ainda, mais um termo genérico para a dança ensaiada nos salões do que o gênero musical como veio a ser conhecido depois, tendo Jorge Ben como principal representante. Ele próprio começou a ser muito tocado nos bailes, assim como outros artistas que representavam uma forte identidade racial com a música, como James Brown, sendo um ponto crucial para a valorização da cultura *black*. Nessa época, final dos anos 1960, também surgiram os primeiros “melôs”:

Fábio Macari lembra que foram nos bailes black daquela década que surgiram os primeiros “melôs” cantados sobre letras gringas. “Ninguém falava inglês, né? Então o sujeito ouvia ‘Hard Work’, do John Handy, e saía cantando ‘Morre o Boi’. Dali a cinco minutos, tinha 2 mil pessoas no baile cantando ‘Morre o Boi’”, conta o DJ (ASSEF, 2003, p. 26).

Na década de 1970, no Rio de Janeiro, Assef (2003) coloca alguns personagens e acontecimentos como cruciais para a cultura do DJ e das festas. O locutor de rádio e apresentador de TV Big Boy foi uma peça chave para a popularização e crescimento dos bailes, já que seu programa tinha alcance em nível nacional. Carismático e um grande conhecedor de música, apresentava seu programa com muita irreverência e criando bordões, como o famoso “*Hello, crazy people*”. Com respaldo midiático, logo começou a produzir diversas coletâneas para o mercado fonográfico e ser sucesso de venda.

Ao lado de uma lenda da discotecagem nacional, Ademir Lemos, conhecido por ser um dos primeiros DJs a apresentar um maior apuro técnico, fazia o Baile da Pesada, no Canecão. Reunindo um grande público e apoiado pelo sucesso de suas compilações, o Baile proporcionou a primeira turnê só de DJs no Brasil. Muitos se referem a Ademir como precursor do Movimento Black Rio, apesar de nos Bailes da Pesada existir uma mistura de rock, pop e soul, esse último sendo o principal gênero musical tocado nos bailes posteriores. Além da técnica e do estilo, com seu cabelo *black power*, Ademir inovou em outro sentido:

Ademir também entrou para a história ao lançar o primeiro vinil nacional sem intervalos entre as músicas — o disco *Le Bateau*, lançado em 1970 pela Top Tape. As faixas não eram mixadas, mas colocadas umas às outras, formando uma sequência de batidas. O disco, com arte de capa caprichada e conceito musical inédito para uma compilação de DJ, foi um marco no Brasil (ASSEF, 2003, p. 39).

Começava a época das grandes equipes de som, tanto no Rio de Janeiro como em São Paulo, porém que levou a caminhos diferentes. Nesse momento havia uma maior politização

dos bailes, que começaram a ter uma grande preocupação com a afirmação do orgulho negro. Diferentemente dos Bailes da Pesada, esses de então, que animavam os subúrbios cariocas, tinham um repertório mais centrado no soul e funk norte-americanos. Alguns bailes se destacaram mais, como Soul Grand Prix, Funk Santos e Furacão 2000.

Esses bailes também continuaram a valorizar diversos artistas nacionais, que já tinham uma identificação com as festas, como Tim Maia, Jorge Ben e Wilson Simonal, e passaram a impulsionar a carreira daqueles que pegaram carona na nova onda do soul e do ativismo, como Tony Tornado, Gerson King Combo, Carlos Dafé, entre outros. Esse novo período da música nacional foi chamado de Movimento Black Rio, inspirando até o nome de um importante grupo musical da época, a Banda Black Rio.

Os bailes continuavam a seguir com esse conteúdo até meados da década de 1980, quando dois gêneros musicais nascidos em Miami, o *free style* e o *miami bass*, chegaram às pistas pelas mãos de DJs como Marlboro. O primeiro, que influenciou o charm, tem uma batida mais lenta e Stevie B como principal representante; o segundo tem uma batida mais forte e rápida, descendeu diretamente da mistura entre rap e música eletrônica de Afrika Bambataa e consiste no que é conhecido até hoje como funk carioca.

Já em São Paulo, os bailes eram bem semelhantes, porém tiveram outro desdobramento quanto ao gênero que tocavam. Como no Rio de Janeiro, várias equipes importantes foram formadas, como a Zimbabwe, a Kaskata's e a Chic Show, que tentavam conscientizar o público de ter orgulho de sua cor, tocando muito funk e soul. A Chic Show era a principal e se tornou um verdadeiro império, chegando a fazer festas para 18.000 pessoas num só lugar. Além dos sets de seus DJs, a equipe também trouxe artistas nacionais com Jorge Ben e Tim Maia, e internacionais como James Brown e Kurtis Blow.

Crescendo cada vez mais e com infraestrutura de megaevento, a Chic Show começou a investir em telões e foi lá que o público brasileiro começou a assistir aos primeiros videoclipes de rap. Assim, eles puderam ver como os artistas se vestiam e começaram a aprender o *break*. Apesar da importância política e cultural das equipes de baile, a pesquisa de Assef (2003) ressalta que, nos dois estados, o DJ não era tão valorizado e quem enriquecia eram os donos das equipes. Porém, foram grandes escolas e formaram profissionais famosos como Grand Master Ney e Nathanael Valêncio, em São Paulo, e influenciaram outros como DJ Hum e KL Jay (Racionais MC's).

Enquanto o subúrbio dançava ao som dos bailes black, a elite das grandes cidades começava a frequentar outro tipo de festa. Chegava a febre das discotecas, inspiradas em

famosas boates americanas em que a *disco music* era o que mais se tocava. O espaço mais famoso, sem dúvidas, foi o Dancin'Days do jornalista Nelson Motta, inclusive servindo de inspiração para nome de novela da Globo. Assef (2003) coloca que essa foi uma fase importante para a consolidação da vida noturna das grandes cidades e para a consequente valorização da profissão de DJ.

Além de bem pagos pelas boates em que eram residentes, esses profissionais passaram, nessa época, por uma evolução técnica, e foram cada vez mais requisitados pela indústria fonográfica e do rádio para usarem suas habilidades. Ricardo Lamounier, residente da New York City Discotèque, lançou o primeiro disco remixado do Brasil; DJ Grego foi um dos primeiros e mais solicitados *remixers* do Brasil, e também um dos primeiros a lançarem discos só com efeitos. Além desses, há nomes importantes como Amândio, Sônia Abreu e Índio Blue, todos importantes para a profissionalização do DJ e que influenciaram a posterior cena de música eletrônica nacional, a qual fez sucesso internacionalmente com o *drum'n'bass* de Marky e Patife.

Pode-se observar que, enquanto há uma complexificação da função dos *disc jockeys*, o mercado e a tecnologia vão acompanhando esse movimento e propondo novos equipamentos. O uso cada vez mais intenso de sintetizadores e bateria eletrônica por DJs de vários subgêneros da música eletrônica; a popularização de outros aparelhos digitais, como *samplers* e computadores; e o compartilhamento quase irrestrito de mp3s não só foram assimilados por músicos experientes como foram propulsores de diversos estilos hoje caracterizados como *Global Ghetto Tech*, nos quais o barateamento das tecnologias de gravação na era digital permitiu que populações periféricas conseguissem produzir sua própria música, entre elas: o funk carioca e tecnobrega paraense no Brasil, a eletrocumbia da América hispânica, o kuduro angolano e tantos outros.

Porém, nem todos os DJs receberam essas novidades de braços abertos. Observa-se uma resistência de determinado grupo às tecnologias digitais, desde a chegada do CD, mesmo com grandes marcas como a Pioneer tendo lançado bons CDJs¹⁴ nesse mercado. Há um discurso de autenticidade e valor, atribuído aos profissionais que ainda utilizam os LPs para embalar as pistas, fato que é comprovado quando, ao se retornar à época em que os LPs perderam espaço para os CDs, estes ainda continuaram sendo fabricados por selos muito específicos mais ligados ao mercado de música eletrônica e hip-hop. Esse discurso ganhou mais força e diferenciação, pois as novas tecnologias de produção, armazenamento e

¹⁴ O equivalente a um toca-discos profissional, mas com a mídia utilizada sendo o CD ou outros arquivos de música digital.

circulação de música provocaram uma ressignificação do que é “ser DJ”, em que os DJs de LP se posicionam fortemente contra os “apertadores de play” que usam mp3 para compor seus sets com discursos de ordem técnica (“qualidade do vinil é superior”, “as técnicas de mixagem de LP são melhores e mais difíceis”) e estética (“o DJ que toca com LP é mais bonito de se ver”, “existe uma performance real”).

Esse discurso envolvendo técnica e estética, assim como um posicionamento político dos DJs que ainda se utilizam de vinil, foi muito bem radiografado pela pesquisa de Pedro Ferreira (2004) chamada “O analógico e o digital: a politização tecnoestética do discurso dos DJs”. Muitos dos discursos analisados pelo pesquisador envolvem uma série de questões que serão abordadas com mais detalhes num capítulo posterior desta pesquisa. Porém um fato importante que é deixado de lado em seu texto, por ser mais concentrado em DJs da cena underground de música eletrônica, é o DJ que utiliza LPs ser considerado não só um animador de festas, como também um possível curador.

Curador por muitos deles se dedicarem ao trabalho de pesquisa junto a sebos, parte do processo que definem como garimpagem; e por um caso particular do mercado brasileiro, que não teve digitalizada boa parte do acervo lançado em vinil. Evidentemente, isso é um processo comum em vários países que possuem indústrias fonográficas, e muitos LPs saíam de circulação sem uma segunda edição. No entanto muitos colecionadores e DJs brasileiros se referem à indústria do disco nacional como precária em relação a reedições, por realmente não investir muito em um filão do mercado que não gera tantos lucros. Além disso, muitos LPs que hoje são considerados obras-primas (e muito disputadas no mercado de segunda mão) não obtiveram uma grande reprodução de cópias na época de seu lançamento. Então, independentemente de um discurso que gira em torno de técnica e estética, se observou, entre DJs profissionais ou não, uma valorização por parte desse “resgate” ou “descoberta” a partir desse *disc jockey* curador/pesquisador.

A festa em que esse ator vai manipular suas *pick-ups* (profissionais ou domésticas; utilizando-se ou não de técnicas como mixagem, *scratches* etc.) parte mais de um acordo velado entre o DJ e seu público de uma “qualidade” do que vai se escutar ali, como um lugar favorável também para se conhecer música. Nesse aspecto, uma escuta atenta pode vir a se tornar o *leitmotiv* dos frequentadores, ao invés da dança. Em alguns casos como a Terça do Vinil e a Melodia de Bodega, observaram-se muitas pessoas do público se levantarem para “trocar uma ideia” com o DJ, pegando no disco e tirando dúvidas. O que também não exclui a dança por uma parte do público ou uma escuta desatenta enquanto se conversa dividindo uma

cerveja. Mas os LPs, utilizados por esses DJs curadores, servem como propulsores para uma experiência com a música buscada por seu público.

1.5 REPENSANDO O NOVO CONTEXTO POR MEIO DA “VOLTA” DOS LPS

Nessa conjuntura, passou-se a afirmar e a investir no mercado de música ao vivo como o principal provedor de receitas, fato que possibilitou um *boom* de apresentações ao vivo e festivais de diversos portes e estilos. Porém, atualmente, isso já começa a ser relativizado, aparecendo em algumas reportagens indícios do declínio dos festivais tanto independentes¹⁵ de menor porte quanto os de grande porte¹⁶, ou até mesmo questionando se o show seria realmente a melhor possibilidade de sustento econômico para as bandas.

De acordo com matéria¹⁷ no site *Digital Music News*, sobre a realidade do mercado norte-americano, os *royalties* adquiridos através de programas de *streaming* ainda apresentam um valor muito baixo; os merchandisings como boné, camiseta ou pôster devem representar no máximo 2% do faturamento de um artista; e, por fim, bandas independentes que ainda não possuem um público consolidado dificilmente vão conseguir encher casas de show e obter um bom lucro de suas apresentações, além de demandar tempo, dinheiro e uma logística complicada — um estudo aponta que o que se arrecada por shows constitui, em média, um terço do faturamento de uma banda. Por outro lado, no cálculo mostrado na matéria, a produção de 500 cópias de LPs vai custar um total de U\$1.750,00, vendidos a U\$15,00 cada um, resultará num total de U\$ 7.500,00. Claro que há muitas variáveis e que o papel da venda do LP como atividade mais lucrativa para uma banda pode e deve ser questionado, mas não deixa de ser interessante uma publicação famosa considerar como um futuro promissor para o mercado de música o que para alguns é apenas exotismo, nostalgia ou um complemento para somente agregar valor.

Apesar de todas essas rupturas e tensões, deve-se ser mais precavido quanto a afirmações apocalípticas e que corroboram com uma versão determinista da história das mídias. Assim como se afirmou que o LP estava morto, já existem pessoas que proclamam o

¹⁵ Sobre a extinção da Abrafín: <<http://farofafa.cartacapital.com.br/2012/07/18/a-abrafin-morreu-surge-a-rede-brasil/>>. Acesso em: 16/08/2013.

¹⁶ <<http://veja.abril.com.br/noticia/celebridades/organizador-do-lollapalooza-admite-prejuizo-mas-confirma-edicao-em-2014>>. Acesso em: 16/08/2013.

¹⁷ Artigo que aborda o investimento no vinil como mais rentável para os artistas: <<http://www.digitalmusicnews.com/permalink/2013/20130804artist>>. Acesso em: 16/08/2013.

fim do mp3, dada a crescente popularização da escuta através de dispositivos *streaming*¹⁸, como Soundcloud, Last.Fm, Rdio, Youtube, Spotify, Grooveshark, dentre outros.

Outro questionamento válido é acerca dos formatos álbum e canção, enraizados pela prática da fonografia e que, mesmo com toda essa reconfiguração, continuam sendo base de composição para a maioria dos músicos da música popular massiva. Então se deve procurar entender o surgimento ou reaparecimento de mídias por um outro viés:

[...] tão importante quanto entender as linhas de ruptura entre o passado e o presente – ou seja, entender o que muda nestes novos tempos –, precisamos também indagar sobre o que permanece ou se revigora como prática cultural, evitando uma abordagem linear, evolutiva e substitutiva da história dos artefatos técnicos, em favor de uma história que se constrói em zigue-zague, por caminhos transversos, repleta de reapropriações, ressignificações e resistências [...](SÁ, 2009, p. 52).

A prova maior de que esse tipo de abordagem não dá conta dos fatos é observar-se, em plena era digital, o “retorno” de um “obsoleto” suporte analógico, o disco de vinil. As aspas são pelo fato de o disco nunca ter desaparecido completamente e de algumas pessoas terem mantido a prática da coleção e da escuta, ao longo de todo esse tempo. Plaskettes (1992), num dos poucos trabalhos sobre a relação entre a cultura e essa mídia, já havia notado, no começo da década de 1990, a criação de um grupo específico de consumidores em torno do LP, ou seja, já havia um movimento de revitalização desse artefato há mais de duas décadas.

Além do mercado informal, que nunca deixou de existir, as grandes gravadoras e redes de comércio formal, como as livrarias megastore, voltaram a investir no disco de vinil como um novo filão do mercado de bens culturais. Inúmeras reportagens na internet mostram as vendas em curva ascendente desde seu primeiro pico em 2007, chegando a 1,3 milhão¹⁹ de cópias vendidas e, em 2011, o número salta para 3,9 milhões²⁰, atingindo o maior recorde dos últimos 15 anos em 2012, 4,6 milhões de discos²¹. Esses números são mais precisos em relação ao mercado norte-americano e europeu, porém recente reportagem no jornal *O Globo*²² mostra que a tendência é acompanhada também pelo Brasil — único país da América

¹⁸ *Streaming* (ou fluxo de mídia) é uma maneira de o usuário ter acesso à mídia (música, filme, vídeo etc.) sem precisar fazer o *download* da mesma, não configurando assim cópia ilegal, já que o arquivo não fica armazenado no disco rígido. O usuário vai recebendo a transmissão dos dados de acordo com a largura da banda. Além dos programas e sites citados também são bastante conhecidos do público brasileiro o Youtube (gratuito) e o Netflix (pago), que dão acesso principalmente a vídeos.

¹⁹ <<http://rollingstone.com.br/noticia/venda-de-vinil-aumenta-36-nos-eua/>>. Acesso em: 16/08/2013.

²⁰ <<http://oglobo.globo.com/cultura/venda-de-vinis-aumenta-142-mais-que-albuns-digitais-nos-eua-5542240>>. Acesso em: 16/08/2013.

²¹ <http://www.huffingtonpost.com/2013/04/10/vinyl-record-sales_n_3053364.html>. Acesso em: 16/08/2013.

²² <<http://oglobo.globo.com/cultura/seguindo-tendencia-mundial-venda-de-discos-de-vinil-cresce-no-brasil-9344115>>. Acesso em: 16/08/2013.

Latina a possuir uma fábrica de LPs, a Polysom. Também é importante pontuar que esses dados não dão conta dos discos vendidos em feiras, sebos e diretamente pelos artistas em seus shows — lugares onde essa prática de consumo se faz importante e complementar com a cultura do colecionismo e garimpagem.

1.5.1 O consumo de LPs como mercado de nicho

Apesar de as vendas do suporte estarem aumentando a cada ano, deve-se reconhecer que o consumo dos *bolachões* ainda apresenta um número pequeno em relação ao lucro total da indústria da música, configurando o que Anderson (2006) classificou como mercado de nicho. Na sua Teoria da Cauda Longa, o autor coloca que, com a chegada da internet, o padrão de consumo teria mudado, já que seria mais fácil encontrar algo que não estivesse no padrão de produção em grande escala. Isso explicaria por que a população mundial vem crescendo, mas o número de bilheteria no cinema, não; ou por que os discos que mais venderam na história situam-se no período entre as décadas de 1970 e 1980, ou como melhor explica Nogueira (2013):

Chris Anderson argumenta a cauda longa a partir de seis princípios. O primeiro é de que em qualquer mercado existem muito mais produtos de nicho, que de sucesso (que ele chama de *hits*); enquanto isso os custos para atingir esses nichos estão caindo drasticamente. Mesmo assim, é preciso que os consumidores disponham de maneiras para encontrar os nichos. Considerando que ele o consiga, então a curva no gráfico da demanda por produtos aumenta horizontalmente – formando a cauda, que seria a necessidade pelo nicho – e já que são muitos produtos, eles podem rivalizar com um hit. Por fim, a soma desses fatores forma a longa cauda no gráfico de demanda x produção (p. 51).

Essa teoria explicaria porque, em parte, a indústria estaria participando dessa reconfiguração do mercado de bens musicais e agregados, que inclui um mercado de nicho de discos de vinil. Também ajuda a mostrar que não pode ser aplicada, a esse tipo de movimento, uma lógica de mercado em relação ao que os consumidores querem de verdade, e que não representa, ao mesmo tempo, uma total reestruturação do que a indústria fonográfica já foi: “A mudança do genérico para o específico não significa o fim da atual estrutura de poder [...], trata-se apenas do reequilíbrio da equação, uma evolução de uma era ‘ou’, de hits ou nichos (cultura dominante VS. subculturas) para uma era ‘e’” (ANDERSON, 2006, p. 180).

2. DIFERENTES ABORDAGENS DA HISTÓRIA DAS MÍDIAS: MATERIALIDADE E CIRCULARIDADE

2.1 POR UMA ABORDAGEM NÃO EVOLUCIONISTA E SUBSTITUTIVA DA HISTÓRIA DAS MÍDIAS

2.1.1 Técnica e Cultura

Essa rápida passagem por Anderson (2006) só ajuda a reforçar a ideia de que, como dito anteriormente, a história das mídias não pode ser contada de uma maneira linear e substitutiva, nem de mercado como pontuou o autor, nem em se tratando de formatos técnicos ou culturais.

Essa divisão entre os formatos já foi proposta de diferentes maneiras por autores importantes. No caso de Dantas (2005), essa separação seria entre suporte e formato, sendo o primeiro o disco de vinil ou CD, e o segundo, a ideia de álbum ou canção, por exemplo. Entretanto, para Théberger (2001), a separação ideal seria entre formato técnico e cultural. Destarte, todos serão chamados de formatos, sendo os técnicos os equipamentos de reprodução sonora (iPods, toca-discos etc.) e as tecnologias de armazenamento e circulação (mp3, disco de vinil, fita cassete etc.); enquanto os formatos culturais seriam álbum, canção, compilação, no caso da música; ou seriados de TV, longa metragem, por exemplo, no caso do audiovisual.

Thebergé observa que existe uma inter-relação econômica e criativa entre os formatos, na qual um vai influenciar o outro, e que mesmo que exista uma preconcepção dos usos estipulados pela indústria, muitas relações serão construídas na música popular de maneiras imprevisíveis. Pode-se notar isso com dois exemplos encontrados na cultura hip-hop: 1) os toca-discos passam a ser usados como um instrumento pelos DJs e 2) as *boomboxes* ou *ghetto blasters* influenciam diretamente as práticas culturais do rap, sendo um forte componente visual associado ao gênero musical e um agente nas “batalhas musicais” de rua, em que o grupo vencedor era o que tinha o aparelho mais potente para abafar a música do rival. Assim, no primeiro caso temos um exemplo de resignificação de um formato técnico através de uma prática cultural, enquanto, no segundo, uma prática cultural sendo influenciada diretamente por um formato técnico.

Dada a importância do LP para a música massiva, a pesquisa o tomará como um formato cultural, sendo fundamental frisar que essa divisão serve apenas para fins didáticos, já que técnica, cultura e indústria são atividades que se entrecruzam e se complementam,

modificando um ao outro, como este trabalho vem tentando mostrar. Simone Sá, quando dialoga com Jonathan Sterne, deixa essa perspectiva muito clara:

Com seu argumento, Sterne descarta qualquer relação mecânica e determinista entre artefatos técnicos e a cultura mais ampla, sublinhando como tecnologias são cristalizações de processos culturais e relações sociais, que se tornam repetíveis a partir de certos mecanismos. São, portanto, “conhecimento social incorporado”, ou, dito de outra forma, artefatos que “ensinam o corpo a se comportar de certa maneira”. E que, uma vez estabelecidos na cultura, irão encorajar certas práticas e desencorajar outras tantas (SÁ, 2012, p. 275).

2.1.2 Cultura da Convergência

Uma teoria significativa que também vai de encontro aos que insistem em escrever a história das mídias de uma maneira evolutiva ao fazer previsões “certeiras” sobre o futuro delas é a Cultura da Convergência, de Henry Jenkins. Vários teóricos da era digital afirmaram o que Jenkins (2008) taxou como a “Falácia da Caixa Preta”, a qual pregava que todos os tipos de conteúdo seriam veiculados por um único aparelho — filmes, jogos, música, rádio, televisão etc — que “[...] reduz a transformação dos meios de comunicação a uma transformação tecnológica, e deixa de lado os níveis culturais [...]” (JENKINS, 2008, p.42).

O que existe é a complexificação de aparelhos, resultando numa convergência de várias funções, como os *smartphones*, onde você pode ler e-mails, ver filmes, ouvir música, navegar na internet, tirar fotos, gravar vídeos. Porém essa infinidade de tarefas também pode ser acessada por vários outros *gadgets*, como *tablet* ou *notebook*. Pode-se também pensar nos toca-discos atuais, que acumulam funções como rádio, *CD-player*, *dock* para ipod e entrada USB, mas que, ao mesmo tempo, convivem com aparelhos novos e antigos de função especializada, ou seja, que só tocam disco de vinil.

Como observa o autor, em uma casa média poderemos encontrar aparelho de som, TVs, videogames, conversor de TV a cabo, etc.; então o conteúdo converge, mas não o *hardware*. Da mesma maneira que o *tablet* não substituiu o livro, o cinema não substituiu o teatro, a televisão não substituiu o rádio e o mp3 não substituiu o LP. Pensar, por exemplo, que alguns filmes ainda são rodados em Super 8 em pleno desenvolvimento do cinema digital; ou, depois de a fotografia digital já estar estabelecida, observar o ressurgimento da prática da fotografia analógica com as câmeras Lomo, são sinais cada vez mais claros de que não se deve pesquisar uma prática cultural através de uma linha evolutiva da tecnologia. O que existe é uma reconfiguração do status e da apropriação cultural das mídias:

A convergência das mídias é mais do que apenas uma mudança tecnológica. A convergência altera a relação entre tecnologias existentes, indústrias, mercados, gêneros e públicos. A convergência altera a lógica pela qual a indústria midiática opera e pela qual os consumidores processam a notícia e o entretenimento (JENKINS, 2008, p. 43).

Pode-se, então, pensar na transformação que o LP sofreu ao longo dos anos: de produto hegemônico no contexto da indústria massiva a produto de nicho, agora não mais relacionado a um grande público e sim a um específico. Na maioria dos casos, lançamentos e relançamentos são ligados a gêneros pontuais, em que há uma identificação do artista e da sua audiência com o artefato. Uma breve pesquisa sobre os álbuns mais vendidos ou os estilos que mais se utilizam do suporte para lançamento pode encontrar com mais frequência: rock clássico, *indie* rock, rap, soul, eletrônica e MPB. Então, como conclui Jenkins: “Os velhos meios de comunicação não estão sendo substituídos. Mais propriamente, suas funções e status estão sendo transformados pela introdução de novas tecnologias” (2008, p. 41-42).

2.1.3 Remediação

Outra forma de entender essa convivência entre novas e velhas mídias pode ser a partir do conceito de *remediação* de Bolter e Grusin (1999), em que os autores afirmam que os novos meios de comunicação renovam (*refashion*) o conteúdo dos precedentes, porém sempre mantendo uma ligação, inclusive semântica, com os velhos meios — mesmo se o meio atual tentar negar radicalmente seu predecessor, tentando absorvê-lo em sua completude. Ou seja, as novas mídias sempre atuam em relação às suas antecessoras, criando uma lógica tanto de conservação como de ruptura. (CANAVILHAS, 2012; BUENO, 2013; SÁ, 2009). Como já citado, pode-se pensar os formatos culturais de álbum e canção, surgidos com a fonografia, que ainda estão presentes mesmo em lançamentos comercializados de maneira digital; ou iPod, em que o usuário pode visualizar a capa do álbum que está sendo tocado no momento; ou ainda o programa de discotecagem digital *VirtualDJ*, que imita na sua interface dois *decks* de vinil, permitindo, inclusive, que se façam *scratches* com o *mouse*.

A fabricação do vinil, atualmente, apesar de ser feita da mesma forma que no primeiro momento, tem apresentado novas características de gramatura. Hoje, seu peso vai de 130g a 200g, sendo os mais pesados vendidos como um LP ‘premium’, embora os próprios especialistas da área afirmem que o som não tem nenhuma diferença²³ e que é só uma questão tátil pelo fato de alguns consumidores darem mais valor por ele ser mais pesado, ser de melhor manuseio. Ao mesmo tempo os vinis coloridos estão cada vez mais acessíveis e

²³ <http://www.polysom.com.br/polypedia/index.php?title=Peso_vs._Som>. Acesso em: abril de 2014.

disponíveis, sendo em muitos casos o mesmo valor do disco padrão. Mesmo não constituindo uma novidade do mercado atual, percebe-se um interesse cada vez maior dos artistas em procurar essa customização para agregar valor ao seu produto. Pode-se até pensar como o LP vem reconfigurando o mercado atual de música, colocando novos parâmetros de consumo e despertando interesse inclusive de artistas independentes que gravam seus álbuns em estúdios caseiros, mas que procuram lançar os trabalhos também em vinil.

Todos esses exemplos acima podem ser importantes para mostrar que, mesmo com a chegada do mp3 e todas as suas qualidades — gratuidade, disponibilidade quase irrestrita, portabilidade e possibilidade de armazenamento beirando o infinito —, há um processo de trazer de volta certa experiência ligada ao consumo musical por meio dos artefatos palpáveis; talvez porque o ato de escutar música não pode ser dado como abstrato e independente de outros sentidos e práticas culturais. Desta forma, a ideia de materialidade da comunicação também oferece boas pistas para explicar o fenômeno de “retorno” dos discos de vinil.

2.2 MATERIALIDADE

A noção Materialidade da Comunicação é geralmente conectada ao pesquisador alemão Hans Ulrich Gumbrecht, seu principal interlocutor e articulador. Apesar do seu papel importante para os estudos da comunicação, Simone Sá (2004) já alertou que o conceito desenvolvido por Gumbrecht (ano Gumbrecht) encontra ligações muito fortes com outros autores anteriores utilizados no campo da comunicação, como Walter Benjamin e Marshall McLuhan:

Primeiramente, *avant la lettre*, a idéia mcluhaniana de que o meio é a mensagem ou que todo ato de comunicação exige um suporte material que exerce influência sobre a mensagem. Também para Benjamin, os meios de comunicação são elementos constitutivos das estruturas, da articulação e da circulação de sentido. Para ele, as tecnologias (de comunicação) transformam a mentalidade coletiva, imprimindo-se nas relações que as pessoas mantêm com seus corpos, com sua consciência e com suas ações (SÁ, 2004, p. 6).²⁴

Apesar de não citar diretamente McLuhan e a Escola de Toronto como textos inspiradores, Gumbrecht, no seu livro *Produção de Presença* (2010), faz questão de enfatizar a influência de Benjamin e outros autores, referindo-se à obra do primeiro que “em vez de tentar ser filosófica, celebra o ‘toque’ físico imediato dos objetos culturais” (p. 29). Ao lado dele, alguns autores que também contribuíram e influenciaram a teoria são Friedrich Kittler, Paul Zumthor, Karl Pfeiffer, Jonathan Sterne, entre outros.

Lutando contra uma presença hegemônica da interpretação nas Artes e Humanidades, Gumbrecht procurou desenvolver um esquema “não-hermenêutico” em que o significante seria o principal foco e não o significado, como explicita o pesquisador Marcelo Jasmin ao apresentar o pensamento do teórico alemão:

Para o autor, a história dessa vocação hermenêutica começa com a modernidade, quando a afirmação do cogito cartesiano se reproduz em inúmeras dicotomias – espírito e matéria, mente e corpo, profundidade e superfície, significado e significante – nas quais o primeiro pólo (sentido espiritual, interpretação) sempre tem privilégios e é concebido como hierarquicamente superior ao segundo (corporeidade, materialidade) (JASMIN, 2010).

Mas, como bem lembrou Felinto (2001), não se trata de uma total substituição de um foco de estudo por outro, pois Gumbrecht (1994) não desconsidera o campo de pesquisa anterior, apenas oferece uma alternativa à tradição, de maneira complementar.

²⁴ Para mais detalhes sobre uma constituição histórica da noção de materialidade na comunicação ver o texto referido “Por uma genealogia da noção de materialidade(s) da comunicação” (SÁ, 2004).

Quando o sujeito presencia a *destemporalização*, *destotalização* e *desreferencialização*²⁵ do seu mundo cultural (FELINTO, 2001), o campo hermenêutico da interpretação e espiritualidade não dá mais conta, sozinho, da produção de sentido. Nesse caso, o corpo, o texto, a materialidade do objeto, também vão interferir e ajudar na construção de sentido, deslocando-se de um pensamento todo baseado no sujeito, para também poder considerar os objetos como participantes nesse processo, assim “‘Materialidades da Comunicação’ foi então decidido, ‘são todos os fenômenos e condições que contribuem para a produção de sentido, sem serem, eles mesmos, sentido’” (GUMBRECHT, 2010, p. 28).

Falando sobre a obra de Kittler, *Aufschreibesysteme 1800/1900*, que influenciou a teoria das materialidades e na qual ele defende que a forma arredondada da máquina de escrever influenciou as argumentações de Nietzsche, Wellbery coloca três princípios básicos para a teoria: exterioridade, medialidade e corporalidade (WELLBERY, 1990 *apud* FELINTO, 2001). No primeiro, significa dizer que as tecnologias da comunicação não são apenas meios de fazer com que o sentido emane através da ação humana, sendo eles, por si, já carregados de um sentido. Um exemplo interessante é o que um dos entrevistados da pesquisa de Yochim e Biddinger (2008) coloca como uma qualidade do LP: “Quando você segura aquele disco nas mãos, você retorna através da história e você está compartilhando um objeto que Miles Davis segurou em suas mãos. E, para mim, isso é material poderoso”²⁶ (p.18). Talvez pouco importasse o conteúdo dentro do disco, mas só o fator externo (o LP) já é capaz de gerar um sentido para o respondente.

Já o princípio da medialidade diz que todo meio (mídia) de transmissão necessita de uma forma material para transportar a informação que carrega e que, junto com esta, como em oposição, também traz ruído. Essa ideia traduz o ponto nevrálgico da teoria, já que assume

²⁵ De acordo com Felinto (2001, p. 9): “O primeiro torna-se fácil de entender a partir do momento em que pensamos no modelo de temporalidade que dominou a modernidade: o tempo como fluxo constante que caminha do passado em direção a um futuro sempre aberto. O futuro aparece, desse modo, como resultado previsível do passado e do presente. A situação pós-moderna parece indicar um bloqueio do futuro. O futuro agora surge não mais como possibilidade aberta e animadora, mas como algo a ser temido. O presente torna-se onipresente e, mais que isso, as possibilidades técnicas de reprodução de cenários e ambientes do passado mobiliaram a atualidade de diversos passados artificiais. Desse modo, cessa a progressão inflexível do tempo, e a cultura pós-moderna passa a se caracterizar pela permanência de um presente infundável.

A noção de destotalização acarreta a desistência das pretensões de universalidade dos conceitos e sistemas de pensamento. Toda empresa teórica passa a desvelar com clareza seu caráter necessariamente regional e limitado. Não é mais viável construir abstrações absolutas ou determinar critérios de validade não contingentes. Por fim, a idéia de desreferencialização ou desnaturalização consiste na perda progressiva das certezas oferecidas pela nossa representação de um mundo externo e objetivo. As tecnologias do virtual muito contribuíram para esse processo de desnaturalização.”

²⁶ Do original: “When you hold that record in your hands, you are reaching back through history, and you are sharing an object that Miles Davis held in his hands. And to me, that’s powerful stuff.”

que todo ato ou fenômeno comunicacional — cultural por essência — será definido não pela interpretação do seu significado, mas do que ele significa somado a tudo aquilo que foi excluído como ruído.

Traçando um paralelo com as mídias musicais e o princípio em questão, quando o CD chegou ao mercado com um som mais “limpo” e que, de fato, continha um nível de ruído branco quase imperceptível, ao mesmo tempo foi rejeitado pelos amantes do LP - uns afirmando que é um som “pobre”, enquanto outros ratificaram sua paixão pelo disco também por apresentar um chiado característico. Esse exemplo — literal, por o ruído de comunicação ser de fato um ruído — mostra que o que anteriormente poderia ser indesejável e excluído do processo de gravação também gera significado e valores²⁷.

O terceiro princípio, o da corporalidade, questiona o fato de o corpo ser um agente ou ator naturalmente, colocando que ele precisa passar por outros corpos e resistências para produzir significado. Os lugares de atrito, os regimes de vigilância e controle aos quais os corpos são submetidos são lócus privilegiados para análise através da Materialidade. Muitos colecionadores e amantes do LP destacam o modo como se escuta o disco como algo especial, sendo a palavra “ritual” constantemente empregada, como coloca o editor do site *Papo de Homem*, Luciano Ribeiro:

Ele [o LP] possui um ritual, é necessário evocar sua atenção completamente e o ato de trocar os lados é um lembrete que não deixa você se distrair por muito tempo. Você vai ter de se voltar a ele, colocar suas mãos na bolacha, posicionar a agulha e aumentar o volume novamente, se quiser dar continuidade ao álbum.²⁸

O ritual referenciado pode indicar o princípio da corporalidade agindo, quando se tem que pegar o vinil e colocar na bandeja, posicionando a agulha; levantar-se para trocar o lado; ou o próprio cuidado que muitos usuários têm no manuseio pela fragilidade do disco, ou para não tocar nos sulcos, o que pode prejudicar sua reprodução. Enfim, um corpo submetido a um regime de cuidado e paciência no ato de escutar um LP. Karl Ludwig Pfeiffer consegue sintetizar bem as ideias de todos esses conceitos: “o instrumental tecnológico – em produção, gravação e armazenamento e reprodução – ‘exerce influência’ ou de fato ‘determina’ o que se

²⁷ No mundo da música massiva também podemos pensar em exemplos menos literais como efeitos sonoros como *noise* e distorções, efeitos indesejados anteriormente, mas que foram usados como elementos musicais em diversas bandas de *indie* rock, como Jesus and Mary Chain e Sonic Youth; ou o vocal quase *castrato* de algumas bandas de metal, gerando ruído num universo extremamente masculinizado. Então, a informação e o ruído que um meio carrega geram significação, sem nenhum deles poder ser excluído de uma análise.

²⁸ <<http://papodehomem.com.br/coisas-que-voce-deve-saber-antes-de-voltar-ao-vinil/>>. Acesso em: 21/03/2014.

apresenta como mundos semânticos, simbólicos, espirituais ou mundos” (PFEIFFER, 1994 *apud* FELINTO, 2001, p. 12).

Então, o conceito de Materialidades da Comunicação atribui importância também ao artefato cultural. É tentar trazer à tona também as “coisas do mundo”, os objetos, suportes, materialidades, que ‘produzem presença’, ou seja, “todos os tipos de eventos e processos nos quais se inicia ou se intensifica o impacto dos objetos ‘presentes’ sobre corpos humanos” (GUMBRECHT, 2010, p. 13). Ou como melhor explica o próprio autor em um relato bem pessoal:

O passo em direção às “materialidades da comunicação” abriu nossos olhos para uma multiplicidade de temas fascinantes, que poderiam ser resumidos (pelo menos aproximadamente) nos conceitos de “história dos *media*” e “cultura do corpo”. Nosso fascínio fundamental surgiu da questão de saber como os diferentes meios — as diferentes “materialidades” — de comunicação afetariam o sentido que transportavam. Já não acreditávamos que um complexo de sentido pudesse estar separado da sua medialidade, isto é, da diferença de aspecto entre uma página impressa, a tela de um computador ou uma mensagem eletrônica (GUMBRECHT, 2010, p. 32).

Na pesquisa realizada por Yochin e Biddinger (2008) sobre colecionadores de vinil, seus informantes sempre ressaltavam as características materiais dos artefatos como justificativa para o consumo. De acordo com os autores, essas qualidades podem ser divididas em três categorias: sônicas, táteis e estéticas. Quanto ao som, os entrevistados sempre se referiam à superioridade do vinil comparado ao som digital, afirmando ser o primeiro mais “quente” e apresentando uma sonoridade mais “real” — que traduziria melhor como o músico quis soar — por ser analógico.

As qualidades táteis seriam a do peso e tamanho do disco, o que tornaria, para eles, o LP mais colecionável e mais interessante, ao mesmo tempo em que, pelo fato de o usuário poder “enxergar” a música sendo tocada, isso deixaria a experiência de escutar música mais intensa e diferenciada.

Por último, os colecionadores destacam as capas e a arte como extremamente relevantes para a cultura dos LPs: são pôsteres que vêm encartados; o tamanho das fotos ou ilustrações permite ver detalhes; o fato de se manter um disco na coleção, mesmo que danificado, por sua capa ser bonita ou até mesmo emoldurá-lo como um quadro.

Pela importância dos estudos dos autores sobre medialidade e materialidade e por abrirem novas possibilidades para o campo da Comunicação, dialogando diretamente com o objeto desta dissertação - o LP -, esta breve introdução a esses conceitos visa ratificar a importância do artefato cultural e seu consumo e circularidade como produtores de sentido,

identidade e sociabilidade. Pois, como coloca Simone Sá: “[...] toda essa ‘construção cultural’ do par disco e toca-discos vai ser mediada pelas suas qualidades materiais e é a partir da materialidade que a paixão do colecionador é justificada” (2009, p. 65).

2.3 CIRCULARIDADE

Apesar de as Materialidades da Comunicação serem um campo de estudo que abarca diversos tipos de trabalhos e temas, essa heterogeneidade é ligada por um interesse básico a todos acerca da *exterioridade* das mídias. Falar isso não é resumir somente à embalagem ou ao *hardware*, mas sim:

[...] considerar o caráter materialmente incorporado de expressão cultural, a sua inscrição (como a escrita) ou interação (como as performances) em arranjos de tecnologias, organismos e estruturas físicas. Formas de mídia, [...] fornecem os contornos em que a expressão cultural está contida e formada; formas de mídia armazenam ou transmitem essa expressão de maneiras culturalmente pertinentes (STRAW, 2010, p. 5)²⁹.

Vários são os termos utilizados pelos autores dessa teoria para explicar as formas em que a mídia atua, mas a maioria deles, como pontua Will Straw (2010), as designam como a relação de “práticas culturais pré-determinadas” com a “essência de significados do mundo social”:

[...] por sua ênfase nas “exterioridades” — os contornos que definem o invólucro tecnológico e a interface pública — grande parte deste trabalho está relacionada com as formas em que as mídias reúnem dentro de si a substância comunicativa da vida urbana (STRAW, 2010, p. 22)³⁰.

Fica clara a estreita relação que as mídias manterão com o espaço urbano, atuando ora como parte de sua mobilidade, ora como parte de sua estagnação; mas sempre preservando essa interface agente humano–coisas.

Sendo o artefato também parte ativa dessa vida urbana, começou-se a dar valor nas análises culturais à sua circularidade, fato que Will Straw (2010) nomeou “Virada Circulatória” (*Circulatory Turn*), a partir da qual o autor afirma que se passou a enxergar “as

²⁹ Do original: “The term invites us to consider the materially embedded character of cultural expression, its inscription (as with writing) or iteration (as with performances) within arrangements of technologies, bodies and physical structures. Media forms, this work argues, provide the contours in which cultural expression is contained and shaped; media forms store or transmit this expression in culturally pertinent ways.”

³⁰ Do original: “For all its emphasis on “externalities,” however – on the defining contours of technological encasement and public interface – much of this work is concerned with the ways in which media gather up within themselves the communicative substance of urban life.”

mídias como formas³¹ móveis circulando dentro do espaço social”³² (p. 23). Esse conceito foi inspirado no trabalho de Gaonkar e Povinelli (*apud* STRAW, 2010), que enfatizavam a importância de se estudarem “as bordas das formas conforme elas circulam”, pois essas bordas “constituem as interfaces de artefatos culturais com os seres humanos e outras formas, as superfícies que organizam a mobilidade de uma forma”³³ (STRAW, 2010, p. 23).

Por consequência, se poderia ter uma análise social mais profunda, pois os objetos “produzem presença” por eles mesmos e ajudam a moldar a relação dos seres humanos com o lugar onde atuam. Seria mais produtivo analisar as relações sociais e culturais que os objetos criam, através de sua circulação na cidade, do que interpretar esse significado fora deles, esvaziá-los de sua força como igualmente agentes:

A questão fundamental não é mais aquela de como a vida pessoal ou coletiva se registra dentro da expressão comunicativa, mas de como o movimento de formas culturais pressupõe e cria as matrizes de interconexão que produzem textura social (STRAW, 2010, p. 23).

O termo usado por Straw refere-se ao momento em que um conjunto de autores passa a enfatizar a circulação de formas culturais como um lugar privilegiado para a produção de sentidos. Não se trata mais, assim como nas Materialidades da Comunicação, de tentar extrair uma interpretação do que aquela forma cultural produziu no ser humano. Para os que se utilizam da Circularidade, a dicotomia produção *versus* recepção perde força, já que a relação “ondulante” entre as próprias formas culturais vai atuar na vida social produzindo sentido e contribuindo para a definição da relação dos agentes com o mundo.

Não seria o caso de abstrair ou diminuir a presença humana na análise cultural, mas poder enxergar a circularidade dos artefatos e formas culturais e sua relação com seus pares, não só como meios ou pontes para ligar o emissor ao receptor e sim como co-criadores de um universo comunicacional. Faz-se importante distinguir o termo circularidade de sua acepção mais comum: “O movimento de uma forma cultural (um jornal ou uma mensagem SMS) não é aquele que liga uma fonte a um destino, mas o realinhamento das formas em relação umas

³¹ Do original “form”, que segundo o dicionário online <http://www.thefreedictionary.com> significa, entre outras coisas: a) a forma/corpo e estrutura de um objeto; b) o modo como uma coisa existe, atua, ou se manifesta; sentidos mais próximos ao texto referenciado.

³² “Rather, the turn to circulation comes with an understanding of media as mobile forms circulating within social space.”

³³ “edges of forms as they circulate [...]. Edges constitute the interfaces of cultural artefacts with human beings and other forms, the surfaces which organize a form’s mobility.”

às outras, dentro de ‘conjuntos ondulantes’ que dão à vida cultural o seu caráter”³⁴ (STRAW, 2010, p. 26).

A circulação, sugere o autor, está diretamente ligada ao conceito de “Estética Relacional” desenvolvido por Jorg Heiser na revista de arte *Frieze*, de abril de 2005. Essa estética da ligação/conexão enfatiza o “[...] momento do encontro de atores e obras em certos lugares dentro do espaço social”³⁵ (STRAW, 2010, p. 24). Esse conceito é uma das bases da presente pesquisa, que busca analisar festas e locais que usam o LP como elemento de agregação, produzindo sentido e reafirmando identidades, como parte do que sugere a recente revalorização deste objeto. Na maioria dos casos, atuando em determinados espaços de Recife, o encontro do LP com os DJs e o público consegue construir rotas culturais embebidas de valor e sociabilidade.

Algumas festas e lugares, nos quais se faz uso do LP como principal atrativo e ponto de partida para a agregação social, serão analisados por observação participativa e entrevistas em profundidade, semi-estruturadas, com os DJs e realizadores, que são: Magia Negra (DJs Renato da Mata e Justino Passos); Melodia de Bodega (DJ Pós); Terça do Vinil (DJ 440); Tony Montana (DJ Daniel Aragão); Vinil na Praça (DJ AguiRock). Mais detalhes sobre as festas serão discutidos em um capítulo posterior.

O que se supõe é que o artefato LP, a partir de sua circularidade nas festas, ajuda a constituir a textura da vida cultural da cidade de Recife. O LP, embebido de suas materialidades e diversas interfaces possíveis, em contato com outras formas e manifestações culturais, ajuda a forjar lugares e encontros dentro do mapeamento urbano. Pode-se pensar, por exemplo, em rotas e caminhos traçados pelos colecionadores de vinil ao percorrerem a cidade para a prática da *garimpagem*. São lugares caóticos, muitas vezes empoeirados e desorganizados, localizados em becos e ruelas; lugares por vezes ermos, mesmo estando em pontos centrais do comércio popular entulhado de pessoas e coisas.

Esses espaços constituem uma vida urbana que não entram na cartografia oficial dos poderes públicos ou dos pontos turísticos, dada sua informalidade, mas estão lá resignificando a urbe e dando uma espacialidade quase que afetiva ou memorial a ela. Em seu texto, Straw (2010) dá o exemplo de como até mesmo o sistema oficial de endereços pode

³⁴ Do original: “The movement of a cultural form (a newspaper or SMS message) is not one which bridges a source and destination, but the realignment of forms in relationship to each other, within ‘undulating ensembles’ that give cultural life its character.”

³⁵ “It does so through its emphasis on the moment of encounter, on the meeting of actors and works at determined places within social space.”

ser balizado também pela circulação de mensagens e objetos pessoais entregues pelos carteiros a percorrer ruas e avenidas:

As rotas traçadas por carteiros nos diz pouco sobre a substância de cartas ou pacotes, mas na organização das cidades como sistemas de rotas e endereços, uma racionalidade espacial é construída sob a circulação de expressões íntimas³⁶ (STRAW, 2010, p. 26).

Também não se pode esquecer como as formas e suas bordas culturais e de informação têm o poder de erigir lugares e traçar novos caminhos pela cidade, visando o encontro e a formação de sociabilidades: um novo bar que só toca rock, um restaurante que promete uma boa comida regional, um café com wi-fi e livraria. Ou seja, apesar de a cidade ter sua parcela de formas culturais espontâneas, como o grafite — expressão que, na cidade do Recife, vem sendo cada vez mais institucionalizada —, muitas delas não vão brotar aleatoriamente.

Debruçar-se sobre o tema da Circularidade, lembra Straw, é tomar a cidade tanto do ponto de vista de sua mobilidade quanto de sua estagnação. Isso porque muito se pensa a cidade em seu conceito moderno de circulação frenética de informação, pessoas, objetos; sua velocidade e eterna mutabilidade. Porém, deve-se lembrar que essas referências trazem consigo, ao mesmo tempo, a inércia característica da cidade grande: engarrafamentos, museus, antigos monumentos e prédios de outro período arquitetônico, brechós, sebos e feiras de antiguidades.

No mesmo texto ele dá o exemplo enfático da conexão wi-fi nos cafés de uma metrópole: ao mesmo tempo em que sugere a conexão ininterrupta do usuário à rede, fazendo downloads, trocando mensagens instantâneas, enfim, tendo um fluxo de informação rápida e contínua, essa tecnologia também influencia um comportamento mais ligado à ordem da contemplação, como o usuário que vai ao café para estudar ou ler revistas e livros online. A circularidade do disco de vinil tangencia a vida cultural e social da cidade, ocupando desde lugares obscuros a bares em bairros de alto poder aquisitivo, dando significação e textura ao tecido urbano.

2.3.1 Diferentes modos da circularidade

Partindo desse pressuposto, pode-se viver a cidade pela tensão entre uma experiência *cinemática* — fragmentária, instável — e uma *arquitetural* — de passividade, estabilidade —, o que caracteriza a relação da urbe com o tempo (ABBAS *apud* STRAW, 2009, p. 195). No

³⁶ “The routes traced by postal workers tell us little about the substance of letters or parcels, but in the organization of cities as systems of routes and addresses, a spatial rationality is built upon the circulation of intimate expression.”

que diz respeito ao acúmulo de objetos, como as lojas de segunda mão e os sebos, esse tipo de prática coloca a urbe como um lugar de imobilidade, “o espaço urbano como um ‘mecanismo de adiamento’, uma estrutura marcada pela sua resistência em mudar” (STRAW, 2009, p. 195). Contudo, ao mesmo tempo, o descarte e a acumulação de mercadorias culturais fazem parte da circulação urbana de diferentes modos e em diferentes momentos:

[...] a ‘espessura’ sedimentada da vida urbana não é apenas uma função da densidade da cidade e da acumulação multinivelada; é o resultado da circulabilidade da cidade, assim como, dos inúmeros destinos e roteiros que oferece ao objeto à medida que envelhece³⁷ (STRAW, 2009, p. 206).

No caso dos discos, eles têm um momento de produção massiva em que se encontram disponíveis em muitas lojas do comércio formal. A partir da venda, eles habitam a casa dos compradores e tornam-se, na maioria dos casos, objetos únicos, agindo individualmente. Posteriormente, caso sejam descartados, voltam a ocupar o espaço público por meio dos sebos e, assim, constroem um ciclo de vida e uma mobilidade pela urbe bem peculiar: há um primeiro momento de ocupação do espaço público, para logo depois ser fragmentado através da ocupação de espaços privados, em diferentes endereços, constituindo uma miríade de rotas.

Podemos caracterizar várias partes da cidade em termos do seu papel nestes processos de acumulação. Espaços urbanos podem ser diferenciados de acordo com a extensão em que aumentam a mobilidade das coisas (aumentando a velocidade de sua circulação, por exemplo) ou podem servir para torná-los estáticos e imóveis (por mantê-los dentro de espaços onde a sua atração é diminuída ou a partir do qual a sua eliminação é mais lenta). Estes processos contribuem para os padrões mais amplos do que Parkes e Thrift (seguindo Jean-Luc Nancy) têm chamado de “espaçamento do tempo”: a organização dos processos temporais como diferenças espaciais ou itinerários (1975, 653). A *rhythmanalysis* da cidade é, neste sentido, “temas” do espaço urbano - um estudo sobre as maneiras em que “qualidades temporais [são] inscritas em espaços” (Lefebvre, 1996, 173)³⁸ (STRAW, 2009, p. 197).

2.3.2 Vida e morte dos objetos

Além do ciclo de vida, os objetos também apresentam um ciclo de valor comercial. No primeiro, desde sua produção, o objeto terá uma vida útil até sua total destruição, tirando os casos em que podem ser reparados e ainda obter uma sobrevida. No segundo, diferentemente,

³⁷ “[...] the sedimented thickness of urban life is not just a function of the city’s density and multi-levelled accumulation; it is the result as well of the city’s circuitousness, of the innumerable destinations and itineraries it offers to the object as it ages.”

³⁸ Do original: “We may characterize various parts of the city in terms of their role in these processes of accumulation. Urban spaces may be differentiated according to the extent to which they enhance the mobility of things (heightening the velocity of their circulation, for example) or may serve to render them static and immobile (by retaining them within spaces wherein their appeal is diminished or from which their removal is slowed). These processes contribute to those broader patterns of what Parkes and Thrift (following Jean-Luc Nancy) have called the ‘spacing of time’”: the organization of temporal processes as spatial differences or itineraries (1975, 653). A *rhythmanalysis* of the city is, in this sense, “‘topics’” of urban space – a study of the ways in which “‘temporal qualities [are] inscribed in spaces’” (Lefebvre 1996, 173).”

a situação pode ser totalmente imprevisível, já que a questão do valor pode variar muito. O artefato cultural pode experimentar bastante tempo de inércia e desinteresse, principalmente quando é comum, como pode se tornar raro e colecionável, tornando-se assim caro e disputado.

Um exemplo bem claro é o primeiro e único disco do pernambucano Di Melo, gravado em 1975 e lançado pela gravadora Odeon. O disco, na época, não foi bem divulgado e acabou sobrando aos montes nas lojas do setor, o que logo o levou para a sobrevida no comércio de segunda mão. No documentário *Di Melo – O imorrível*, Luiz Calanca, proprietário da famosa loja Baratos Afins, localizada na Galeria do Rock em São Paulo, afirmou: “Este disco teve uma época que tinha aos montes por aí. A gente vendia bem baratinho, mesmo, porque era fácil de se conseguir. Dava ‘cria’ [...]”. Hoje em dia, esse disco é raríssimo e bastante disputado no mercado das coleções; o próprio Luiz afirma que já ouviu falar que o disco era vendido na Alemanha e Holanda por valores entre €500 e €700³⁹.

No mesmo filme, o proprietário da loja Disco 7, também em São Paulo, Ocimar, diz que esse vinil foi sendo levado aos poucos por “DJs americanos, japoneses e europeus [...]”. Então eles começaram a levar embora os discos. E a gente começou a sentir falta desse disco”. Esse dado é interessante, pois mostra uma sobrevida do objeto acumulado e depois descartado, atravessando fronteiras internacionais, se revalorizando em outras culturas e, um tempo depois, forçando sua revalorização no local de origem.

Straw (2009) recorre a Kevin Heatherington para explicar o processo de dois “sepultamentos” por que as mercadorias passam antes de serem descartadas:

Conduitas de eliminação têm frequentemente este processo de "conservação" de dois estágios pelo qual os objetos de consumo passam antes de se tornarem resíduos. A estante, a lixeira de um computador, a garagem, o galpão de armazenamento de ferramentas de jardinagem, a geladeira, o guarda-roupa, mesmo o lixo, muitas vezes são constituídos mais como lugares de primeiro enterro em vez do segundo sepultamento. Itens são mantidos neles, por um período de tempo, enquanto seu estado de valor incerto é endereçado (uso, troca ou valor sentimental), antes de serem removidos para o exterior representacional, onde eles passam o seu segundo sepultamento no incinerador, no aterro sanitário, ou infelizmente, às vezes apenas descartados sem preocupação numa estrada... Se o valor intrínseco de uma pessoa é tido como a sua alma, o valor intrínseco de um artefato é o seu valor - valor de uso e valor sentimental, tanto quanto o valor de troca ou simbólico. Somente quando todas as formas de valor forem esgotadas ou traduzidas e, assim, estabilizadas, será permitido ao objeto passar por seu segundo sepultamento⁴⁰ (HEATHERINGTON *apud* STRAW, 2009, p. 201).

³⁹ Uma rápida pesquisa no site Mercado Livre mostra dois vendedores ofertando o disco (original da época) por R\$500 e R\$ 730.

⁴⁰ Do original: “Conduits of disposal often have this two-stage “holding” process through which consumer objects pass before becoming waste. The bookcase, the recycle bin on a computer, the garage, the potting shed, the fridge, the wardrobe, even the bin, are often constituted more as sites of first burial rather than

Apesar de o objeto passar por esses processos de esgotamento do valor, ser escanteado antes mesmo de ser jogado fora, é interessante observar outro ponto para o qual Straw chama a atenção no mesmo texto: a questão de como descartar os bens culturais. Para a maioria das pessoas existe um incômodo em apenas jogar fora um livro ou um disco, por exemplo; se não se vender ou for presentear alguém, geralmente, esse tipo de mercadoria é doado e isso proporciona complexos itinerários dos artefatos na cidade.

Poder-se-á enxergar os sebos e feiras de vinil como lugares com qualidades museológicas, em que se caracteriza um espaço de acúmulo de objetos que diz muito sobre a cultura local: discos de artistas locais ou nacionais que não deram certo ou que saíram de moda; discos que vieram de outros países mostrando as diferentes trocas comerciais e o que chegava para a cidade numa dada época, podendo, inclusive, terem servido de influência para pastiches, como, por exemplo, a Jovem Guarda foi dos Beatles.

Quando esse tipo de lugar comercial fornece material para os DJs tocarem nas festas, em muitos momentos, há uma ressignificação e revalorização da mercadoria. Em uma das festas observadas, a Terça do Vinil — no momento, acontecendo no bar Casa da Moeda, no Recife Antigo — o DJ 440, alcunha para Juniani Marzani, se utiliza bastante do apelo visual das capas dos LPs, tanto que o disco que está sendo tocado no momento é exposto: o DJ levanta a capa, deixando-a em destaque entre os outros que estão no engradado. As pessoas, quando se interessam pela música, se levantam, pegam no disco e conversam com o DJ.

of second burial. Items are held in them for a period of time while their uncertain value state is addressed (use, exchange, or sentimental value) before being removed into the representational outside where they undergo their second burial in the incinerator, the landfill, or unfortunately sometimes just fly-tipped onto the side of the road ... If the intrinsic worth of a person is assumed to be their soul, the intrinsic worth of an artefact is its value – use value and sentimental value as much as exchange or sign value. Only when all forms of value have been exhausted or translated and thereby stabilized will the object be permitted to undergo its second burial.”

3. CONCEITOS-CHAVE PARA SE PENSAR A PERMANÊNCIA DO LP: CENAS, NOSTALGIA, COLECIONISMO/FETICHISMO

3.1 CENA CULTURAL

Antes de entrar no que seria a conceituação de cena, faz-se necessária uma breve contextualização. Quando a academia passou a enxergar a cultura urbana, jovem, em congruência com as mídias massivas e seus artefatos, como produtores de sentido e sociabilidades, o que se convencionou chamar de Estudos Culturais ganhou mais relevância. Em destaque, encontra-se o chamado CCCS (Centre for Contemporary Cultural Studies da Universidade de Birmingham), que desenvolveu o conceito de subculturas, entendidas como agrupamentos juvenis surgidos no pós-guerra como *punks*, *skinheads*, *mods*, entre outros. Seus pesquisadores tentavam provar que o consumo musical, de artefatos midiáticos, de moda e a maneira como se comportavam não eram da ordem da passividade e do hedonismo, e sim representativo de uma insatisfação ao status quo e a uma sociedade calcada em valores conservadores.

Assim, a proposta do CCCS, como colocam Freire Filho e Fernandes (2005) era:

[...] desconstruir e destronar o conceito mercadológico de cultura juvenil e, em seu lugar, erigir um retrato mais meticuloso das raízes sociais, econômicas e culturais das variadas subculturas juvenis e de suas vinculações com a divisão de trabalho e as relações de produção, sem negligenciar as especificidades de seu conteúdo e de sua posição etária e geracional (Clarke et al 1976: 16). Não se tratava meramente, pois, de produzir inventários de padrões de consumo e estilos de vida subculturais; era impreterível avaliar que função o uso (criativo, insólito, espetacular) de artefatos da cultura de consumo, do tempo e de espaços territoriais assumia perante as instituições dominantes hegemônicas da sociedade (p. 2).

No começo da década de 1990, começaram a surgir diversas críticas aos pressupostos dessa escola, fazendo com que seus estudos caíssem em desuso. A principal delas seria que, com o novo contexto de globalização que o mundo estava vivendo, essas subculturas estariam expostas a mudanças frequentes, mistura de estilos e menor rigidez do que as estudadas previamente⁴¹. A globalização tornava cada vez mais constantes fluxos de imigração, mídia e

⁴¹ Essa foi apenas uma das muitas críticas que o CCCS e seus seguidores receberam. No artigo citado de Freire Filho e Fernandes (2005) diversas outras são elencadas: a) elitismo cultural, consubstanciado na distinção entre as apropriações criativas, rebeldes das subculturas e o consumo passivo, conformista da maioria dos jovens, excluídos do escopo da análise subcultural (CLARKE, 1990; NEGUS, 1996, p.13-35; THORNTON, 1995; GROSSBERG, 1987); b) negligência no tratamento das práticas culturais femininas, centradas no espaço doméstico (MCROBBIE & GARBER, 1976; MCROBBIE, 1991; LINCOLN, 2004) ou localizadas dentro do perímetro mesmo das subculturas espetaculares (REDDINGTON, 2003); c) teorização precária da presença e influência dos jovens e da música negra, da “questão racial” e do racismo no universo subcultural (BÖSE, 2003); d) ênfase na abordagem do estilo visual, quase elaborando uma taxonomia dos estilos e maneirismos dos grupos, em detrimento da análise da função das atividades e do consumo musical, na emergência e no desenvolvimento das formações culturais juvenis (LAING, 1985, 1997; MIDDLETON, 1990, p.155-171; SHUKER, 2002, p.208-

cultura, acarretando fronteiras geográficas e culturais cada vez mais fluidas, repercutindo em ideias mais ou menos estabelecidas como as de Estado-Nação e de identidades dos povos relacionadas aos conceitos de raiz e comunidade cultural.

O conceito de cena foi desenvolvido e sistematizado pelo pesquisador canadense Will Straw, em 1990, como uma possível solução às críticas recentes ao estudo de música e subcultura apresentados pela CCCS. Trouxe um novo componente em suas análises: o espaço urbano como, além de lócus privilegiado para o agrupamento de indivíduos em torno do consumo musical, um também ator em todo esse processo de construção de redes afetivas, sociais, culturais e econômicas. Nesse processo, grupos não tão espetaculares, como os analisados pelo CCCS, puderam ser estudados e apresentariam discursos de diferenciação tão ou mais complexos do que os anteriores, com formação de alianças que seriam construídas para além da noção de hegemonia, tornando-se mais versátil:

A natureza versátil das cenas problematiza a noção de que um simples determinante (classe, gênero, raça) agiria como princípio organizador da expressão cultural coletiva. Graças ao seu caráter flexível e antiessencialista, às suas conotações de fluxo e corrente, movimento e mutabilidade, o conceito permite uma abordagem mais ampla tanto dos contextos industrial, institucional, histórico, social e econômico como das estratégias estéticas e ideológicas que sustentam a produção musical urbana (FREIRE FILHO e FERNANDES, 2005, p. 4)

De acordo com a primeira definição de Straw, cena é “um espaço cultural em que várias práticas musicais coexistem interagindo entre si com uma variedade de processos de diferenciação” (1997, p. 494). Essas práticas entram em um processo de fertilização mútua no qual coalizações são formadas, criando processos de comunicação entre elas e estabelecendo fronteiras musicais. Muitas cenas foram identificadas e radiografadas pelo jornalismo cultural antes mesmo de terem sido analisadas no âmbito acadêmico, visto que o próprio termo foi cunhado por críticos a partir da década de 1940 e servia como um guia para se adentrar no então efervescente mundo do jazz norte-americano. Entre as décadas de 1980 e 1990 o termo passou a ser usado com mais frequência pelos jornalistas, e fenômenos de agrupamentos

209; STAHL, 2004, p.53); e) opção por pronunciamentos teóricos mais generalizantes e recusa (com exceção de Willis) em examinar o que as subculturas de fato fazem e qual o significado destas atividades para os próprios jovens (BENNETT, 2002; CARRINGTON & WILSON, 2002; MUGGLETON, 2000; WEINZIERL & MUGGLETON, 2003a); f) indicação das condições de classe como o aspecto central da definição dos estilos juvenis, sem levar em conta todas as possibilidades para a experimentação e construção criativa da identidade e da autoimagem coletiva, abertas pela moda, pela música e por outras mercadorias (BENNETT, 1999, 2000); g) celebração romântica e ingênua da autenticidade, do poder de resistência e do desafio político da subculturas juvenis espetaculares (MCROBBIE, 1996, p.155-176; MUGGLETON, 1997, 2000; REDHEAD, 1990, 1993, 1997; THORNTON, 1995; WEINZIERL & MUGGLETON, 2003b).

musicais ficaram conhecidos devido a uma grande mediatização que sofreram, como a Madchester de Manchester, o Grunge de Seattle e o Manguebeat de Recife, entre outros.

Geralmente associada a uma cidade específica, a ideia de cena pode sugerir certo localismo, entretanto um forte fator de formação que elas compartilham é o cosmopolitismo dessas grandes cidades, que absorvem diferentes influências sem estar necessariamente ligadas a uma ideia de tradição ou raiz. Apesar de determinada cena ser local, podendo apresentar características específicas, nada impede que ela possa dialogar em níveis translocais com referentes em outros países, como por exemplo o Heavy Metal. Com raízes britânicas, esse gênero musical cresceu e se espalhou pelo mundo, inclusive criando um forte referencial em terras brasileiras, sendo Belo Horizonte considerada o berço do metal nacional, já que bandas importantes como Overdose e Sepultura tiveram sua origem associadas à cidade (JANOTTI JÚNIOR e PIRES, 2011, p. 13).

Apesar de cena já apresentar um conceito mais flexível que seus anteriores, ele teve que ser expandido com a virada que o consumo musical apresentou a partir do mp3 e da internet banda larga. O consumo não se daria somente por meio de artefatos físicos, e as alianças poderiam ser analisadas também da ordem do virtual, com comunidades globais em torno de uma prática musical a partir das redes sociais. Com fronteiras cada vez mais fluidas e espaços públicos perdendo um pouco do protagonismo como lugar para troca de informação entre pessoas, fechamento de lojas de discos, de gravadoras, etc, parecia que o conceito perderia um pouco de força. Porém o que se observou foi um aumento significativo no número de shows e festivais, como principal atividade lucrativa para os músicos, e isso terminou devolvendo a importância primordial da cidade como materialização da experiência musical.

O fato de o conceito poder ser expandido e modificado ao longo do tempo é apontado por alguns como falta de metodologia e rigidez acadêmica, o que gerou diversos trabalhos críticos; já para outros essa fluidez de cena é sua melhor qualidade, podendo ser aplicada a casos específicos e ser apoiada em outras teorias. E é por esse motivo que cena será utilizado nesta pesquisa, em vez de subcultura, para poder descrever a relação dos DJs e suas festas com a cidade de Recife.

Então, determinada cena musical seria formada por uma rede de pessoas e objetos (críticos, músicos, fãs, produtores, discos, instrumentos) e espaços (casas de show, bares, lojas especializadas, praças) em que os últimos são transformados em lugares de expressão e significação, por meio da produção, circulação, distribuição e consumo musical, ativando

processos de sociabilidade e identidade como de rupturas e diferenciação. Assim, a dimensão de uma cena musical abarca níveis não só culturais e sociais como também econômicos e políticos.

Seria possível, dessa forma, referenciar a recente revalorização dos LPs e o que se constituiu em torno do seu consumo, como uma cena cultural? Há uma ocorrência transnacional em que aspectos de produção, distribuição e circulação foram retomados e potencializados: reaberturas de fábricas, criação de selos especializados em LPs, sebos vendendo também online e se organizando — como o site Prefiro Vinil, o equivalente a Estante Virtual — e grandes lojas voltando a vender discos. Também podem ser citados como aspectos desse processo de retomada dos LPs: a reativação das feiras de vinil, onde as pessoas trocam informação, contatos e criam uma rede de sociabilidade em torno do artefato, além de se agregarem em grupos do Facebook; a criação de petição online para tentar colher um grande número de assinaturas e solicitar junto ao Governo Federal a redução de impostos para os discos, que, a exemplo dos livros, são produtos culturais; festas em que os DJs só tocam com LPs e engrossam um discurso de diferenciação, junto aos amantes do disco de vinil, perante o consumo mais comum de música com o mp3.

A exemplo do que vem ocorrendo no mundo e em outros estados brasileiros, observou-se recentemente, em Recife, uma movimentação em torno do consumo de LPs que pode ser enquadrada como uma possível cena cultural. De acordo com o texto de Simone Sá sobre Will Straw no livro *Comunicação e Estudos Culturais* (2011), há uma série de características referentes às cenas, que serão listadas abaixo e associadas a este estudo, para uma melhor sistematização do objeto da pesquisa como uma ideia de cena:

- a) *Um ambiente local ou global.* A recente revalorização dos LPs na cidade de Recife (com festas, feiras, lançamentos de discos) acompanha uma tendência mundial em relação ao artefato. Vêm ocorrendo o aumento constante de vendas de LPs, reativação de fábricas, bem como de artistas optando por lançar seus trabalhos nesse formato cultural.
- b) *Marcado pelo compartilhamento de referências estético-comportamentais.* Aqui não há uma influência direta de acessórios e vestuários de moda, ou corte de cabelo. Mas, visto que as relações estéticas se dão em torno de LPs e vitrolas, produtos midiáticos de forte apelo visual, e de discursos em torno da qualidade do som e forma de escuta frente a outras mídias, os consumidores e DJs de LPs reivindicam um comportamento mais aprofundado em relação à música.

- c) *Que supõe o processamento de referências de um ou mais gêneros musicais, podendo ou não dar origem a um novo gênero.* Como a pesquisa se dá especificamente em torno de um formato cultural, o LP, e os DJs e festas a partir dele, não há uma criação específica de gêneros musicais, mas a confluência de vários deles para criar esse circuito. Os gêneros mais frequentes que movimentam a cena de vinil em Recife são: soul, funk, jazz, MPB, rap, reggae e rock.
- d) *Apontando para as fronteiras móveis, fluidas e metamórficas dos agrupamentos juvenis.* Neste ponto talvez se dê a maior diferença do conceito de cena, pois o público das festas pesquisadas se mostra bastante heterogêneo e de maioria adulta. Apesar de, nas feiras, ter-se observado uma presença cada vez maior de crianças e jovens, eles não são o público primordial, sendo este formado por adultos entre 20 e 60 anos. Esse aspecto também mostra bastante fluidez em relação aos agrupamentos estudados pelas subculturas - aqui há pessoas de diversas idades, interessadas em diferentes gêneros musicais e que socializam através do LP, sem apresentar marcadores rígidos como os grupos supracitados.
- e) *Que supõem uma demarcação territorial a partir de circuitos urbanos que deixam rastros concretos na vida da cidade e de circuitos imateriais da cibercultura, que também deixam rastros e produzem efeitos de sociabilidade.* Aqui parece existir uma expansão territorial de ocupação e circulação dos LPs, que deixam de ser meros coadjuvantes, como quando apenas habitavam alguns sebos e lojas do centro do Recife. Muitos dos responsáveis pela venda de LPs na cidade passaram a se organizar e produzir a Feira de Vinil da Passadisco, no bairro de Casa Forte, que já se encontra em sua 11ª edição. A feira acontece no pátio da galeria Shopping Sítio da Trindade e é organizada pelo dono da loja Passadisco, Fabio Cabral, e por Salvino Figueiredo, DJ e vendedor da 70 Polegadas Discos — um stand no qual ele e sua esposa vendem LPs, todos os domingos na feirinha do Recife Antigo. Além da feira, surgiram diversas festas ou atrações de bares que têm o LP como carro chefe: Terça do Vinil do DJ 440, na Casa da Moeda (Recife Antigo); Melodia de Bodega, do DJ Pós, na Bodega do Eduardo (Encruzilhada); DJ Aguirock, no Box Vitória Régia (Casa Forte); DJ 70 Polegadas, no bar Esquina Graças (Graças), entre outros. Ao mesmo tempo em que se criam essas rotas de circulação cultural, econômica e afetiva, muitos deles se organizaram na comunidade

do Facebook “Confraria do Vinil de Pernambuco”, na qual vendem e trocam discos, postam matérias de blogs e jornais sobre o mundo do vinil e discutem sobre o assunto.

f) *Marcadas fortemente pela dimensão midiática.* Além de se agruparem em torno de um produto midiático, há a constante cobertura de jornais e revistas sobre o assunto — muitas vezes tratado de maneira romântica ou sob a ótica do exotismo. Também houve o surgimento de selos especializados somente em vinil, como o Brasilis Groove, de São Paulo, e o Assustado Discos, de Recife. “Assustado” era como se chamavam as reuniões na casa de amigos para bater um papo e ouvir discos, na época em que o LP era o principal produto da indústria fonográfica, e por isso o selo foi batizado assim pelo produtor cultural Rafael Cortes. A ideia do selo, além de lançar somente LPs, é que o conteúdo deles seja considerado raro ou inédito. Já foram lançados: Devotos (PE), com registros de fitas demo e gravações ao vivo nunca lançadas; Inocentes (SP), relançamento do primeiro disco da banda punk que só teve a primeira edição em vinil e encontrava-se esgotado desde a década de 1980; Wander Wildner (RS), de maneira parecida com o LP do Devotos, reúne *b-sides*, *outtakes*, demos e gravações ao vivo; e por último o LP de DJ Dolores, contendo só faixas que estiveram presentes em diversas trilhas sonoras assinadas pelo DJ. Também marcado pela dimensão midiática, pode-se lembrar o exemplo recente do músico pernambucano Graxa, que gravou seu disco Molho (2013) de forma caseira, lançando-o na internet. O álbum chamou a atenção do selo paulista Media4Music, e foi feita uma parceria para disponibilizar o trabalho também em vinil.

Por todas essas características e pelo valor que o conceito de cena agrega à pesquisa por acrescentar a cidade, o movimento de pessoas e bens culturais pelos espaços urbanos, como algo indissociável para se estudar música e cultura, é que ele foi escolhido em vez do conceito de subcultura.

3.2 NOSTALGIA

Seja na fala dos DJs entrevistados, ou nas constantes reportagens sobre a “volta” ou “moda” do disco de vinil, um termo recorrentemente usado é a nostalgia. E, de fato, ela se mostra em alguns casos como uma referência para os entrevistados, mesmo que não usem a palavra diretamente em seus discursos, mas na ideia de um lugar ideal do passado, ou do som ideal do passado. Dessa maneira, uma abordagem em torno do conceito de nostalgia se torna necessária para explicar, em parte, a escolha de alguns consumidores de música pelo LP.

A palavra nostalgia — do grego *nóstos*: voltar para casa; e *algós*: dor — foi cunhada pelo médico suíço Johannes Hofer, no século XVII, e descrevia como doença física o que os soldados daquele país sentiam ao passar longas jornadas longe de casa. Essa “doença”, que poderia causar a morte, relacionada à melancolia, anorexia e até suicídio, poderia ser curada com o retorno ao lugar de origem ou apenas com a promessa de que isso iria acontecer.

Com o tempo, e com uma medicina mais voltada para “a anatomia patológica e a bacteriologia” (HUTCHEON, 1998), a nostalgia passou a ser mais uma preocupação da psiquiatria, tornando-se assim um distúrbio psíquico. Junto a isso, o contínuo processo de banalização da mobilidade, iniciado na era das grandes colonizações e imigração em massa dos europeus para o Novo Mundo, causou uma mudança gradual nos aspectos da nostalgia, passando de uma questão espacial para uma temporal. O indivíduo não mais ansiava pelo retorno ao lar, mas para retornar a um passado idealizado, de “inocência”.

Sem dúvidas, essa mudança de significado na nostalgia está intimamente ligada às rápidas transformações vivenciadas na modernidade, como coloca Reynolds (2011):

Transformações econômicas, inovações tecnológicas e trocas socioculturais significavam que pela primeira vez havia, cada vez mais, grandes diferenças entre o mundo em que você cresceu e o mundo em que você envelheceu. De paisagens dramaticamente alteradas pelo desenvolvimento até novas tecnologias afetando a sensação e o ritmo da vida cotidiana, o mundo em que você se sentiu em casa gradualmente desapareceu. O presente transformou-se em um país estrangeiro⁴² (p. 26).

Destarte, a nostalgia passa de um sentimento individual para um sentimento coletivo, podendo até chegar a uma escala global quando é referenciada em relação à cultura pop que é vivenciada por determinada geração.

O sentimento nostálgico, com seu grande apelo emocional, é dotado de um intenso poder, principalmente quando é associado, em termos políticos, a uma sensação de pertencimento coletivo de uma nação a determinado “passado de glória”. Reynolds (2011) coloca que desde correntes políticas reacionárias até algumas revolucionárias utilizaram-se desse gatilho para propor novas ordens sociais, tanto o nazi-fascismo europeu como os Situacionistas das revoltas de 1968 na França, que acreditavam que existia “um estado de união social e não-alienação individual antes da era do capitalismo industrial” (REYNOLDS, 2011, p. 27) e suas consequências.

⁴² Do original: “Economic transformations, technological innovations and sociocultural shifts all meant that for the first time there were increasingly stark differences between the world that you grew up in and the world in which you grew old. From landscapes dramatically altered through development (‘It were all fields round here when I were a lad’) to new technologies affecting the feel and rhythm of everyday life, the world in which you had felt at home gradually disappeared. The present became a foreign country.”

Para Linda Hutcheon (1998) esse poder deriva exatamente da impossibilidade de reviver esse passado — já que ainda não inventaram a máquina do tempo —, visto que o mesmo é idealizado através da memória e do desejo, tornando a nostalgia, nesse caso, mais como uma questão do presente:

Nostalgia, de fato, pode depender da natureza irrecuperável do passado, por seu apelo e impacto emocionais. É a própria *pastness* do passado, sua inacessibilidade, que provavelmente é responsável por uma grande parte do poder da nostalgia - para ambos, conservadores e radicais, semelhantemente. Isso raramente é o passado como realmente experimentado, é claro; é o passado como se imaginava, como idealizado através da memória e do desejo. Neste sentido, no entanto, a nostalgia é menos sobre o passado do que sobre o presente. Ela opera através do que Mikhail Bakhtin chamou de "inversão histórica": o ideal que não está sendo vivido agora é projetado para o passado. Ele é "imortalizado" como passado, cristalizado em momentos preciosos selecionados pela memória, mas também por esquecimento e por distorções e reorganizações do desejo⁴³ (HUTCHEON, 1998).

Já para Svetlana Boym (*apud* REYNOLDS, 2011) existem dois tipos de nostalgia e que devem ser separados: a restauradora e a reflexiva. A primeira está associada ao campo político; identifica-se com as noções já mencionadas de “passado glorioso” e de nacionalismo romântico e se mostra extremamente contrária a ideias progressistas que propõem novos caminhos. Ao se associar a nostalgia com ideias conservadoras de preservação de uma velha ordem, ligadas a uma estratificação de classes mais bem definida, em que os dominantes que ditavam as regras, como o Tea Party norte-americano, estimula-se o ego coletivo também por meio de antigos insultos e rixas.

Uma das maiores diferenças da nostalgia restauradora para a reflexiva é que a primeira acredita que pode realmente reconstruir esse passado, por mais idealizado que possa vir a ser, e é aí que se constitui seu principal perigo. A nostalgia reflexiva é somente do campo pessoal, manifesta-se pelo devaneio ou relação do indivíduo com manifestações artísticas (música, artes plásticas, literatura etc.) e sabe que o passado é irrecuperável. Daí surge o sentimento nostálgico, paradoxal no sentido de ser constituído de lembranças doces e da amargura de saber que determinado momento nunca voltará. Pois “[o] tempo fere toda completude. Existir

⁴³ “Nostalgia, in fact, may depend precisely on the irrecoverable nature of the past for its emotional impact and appeal. It is the very pastness of the past, its inaccessibility, that likely accounts for a large part of nostalgia's power--for both conservatives and radicals alike. This is rarely the past as actually experienced, of course; it is the past as imagined, as idealized through memory and desire. In this sense, however, nostalgia is less about the past than about the present. It operates through what Mikhail Bakhtin called an "historical inversion": the ideal that is not being lived now is projected into the past. It is "memorialized" as past, crystallized into precious moments selected by memory, but also by forgetting, and by desire's distortions and reorganizations.”

no tempo é sofrer por meio de um exílio infinito, corte sucessivo daqueles poucos momentos preciosos de ‘se sentir em casa’ no mundo”⁴⁴ (REYNOLDS, 2011, p. 28).

Em seu livro *Retromania* (2011), Reynolds faz um grande estudo sobre a cultura pop em geral e lamenta o caminho, ou talvez a falta de caminhos, que a música vem tomando há alguns anos. Ele coloca, em termos bem negativos, que a cultura retrô vem dominando o pensamento contemporâneo em torno da cultura pop, que antes era ligada à ideia de inovação, de viver o momento tal como ele se apresenta. Há a “museificação” do rock em geral, que o retira do contexto provocativo e contracultural nos quais muitos gêneros musicais emergiram, e no qual até o subversivo punk foi cooptado. Nesses museus, valorizam-se em excesso roupas, instrumentos e todo tipo de *memorabilia* que certos astros utilizaram, mas o principal, a música, é esquecido. O excesso de *re-unions* de bandas antigas torna-se um grande mercado caça-níquel que supervaloriza e tenta recuperar um passado que não volta mais, caracterizando uma frustração por parte do público. Bandas contemporâneas que emulam o som de determinado período musical, sem dotar de nenhum aspecto irônico ou crítico, também refletem esse fenômeno.

A lógica da cultura pop se inverte, e o ideal deixa de ser o *be here now*, para ser balizado pela nostalgia. Além da música, arquitetura, decoração, móveis e objetos são procurados pelo seu aspecto retrô; o cinema e a TV investem em remakes de décadas passadas; séries documentais acrílicas exaltam astros esquecidos, brinquedos e cortes de cabelo de um determinado período; e, como Reynolds coloca, uma nostalgia por um passado recente, podendo até ser vivido pouco tempo antes por um indivíduo que apresenta esses sintomas. Para o autor, é estranho que jovens, os quais por uma razão óbvia não deveriam ser nostálgicos, vêm seguindo essa lógica de mercado e moda passadista a que a cultura pop se voltou.

Essa *retromania* a que Reynolds se refere começa a partir da década de 1970 na música, mas os contornos a que chegou a partir dos anos 2000 são incomparáveis. Isso se deve principalmente ao avanço tecnológico que se presenciou, principalmente com a internet banda larga e o aparecimento de plataformas de vídeo como o Youtube e a disponibilidade quase irrestrita de música com o compartilhamento de mp3. Agora quase tudo está disponível a poucos cliques no mouse, e se torna extremamente fácil e conveniente buscar referências visuais e musicais, assim como informações sobre determinado gênero ou cena musical.

⁴⁴ Do original: “Time wounds all wholes. To exist in Time is to suffer through an endless exile, a successive severing from those precious few moments of feeling at home in the world.”

Alguns atribuiriam essa moda passadista, a veneração de um passado idealizado, a uma possível tecnofobia, uma não adequação ou negação do ritmo de vida frenético a que se está sujeito atualmente. Mas não há dúvidas de que essa cultura retrô foi impulsionada pelo avanço tecnológico, como enfatiza Hutcheon (1998):

[a] nostalgia requer a disponibilidade de evidências do passado, e é precisamente a reprodução eletrônica e mecânica de imagens do passado, que desempenha um papel tão importante na estruturação do imaginário nostálgico hoje, fornecendo isso com a possibilidade de uma “vitalidade convincente”. Graças à tecnologia de CD-ROM e, antes disso, a reprodução de áudio e vídeo, a nostalgia já não tem que confiar na memória individual ou no desejo: ela pode ser alimentada sempre por acesso rápido a um passado infinitamente reciclável.⁴⁵

Assim sendo, essa tendência arquivista teria a força de tornar o passado simultâneo ao presente: “Quanto mais memória armazenamos nos bancos de dados, mais o passado é sugado para dentro da órbita do presente, pronto para ser acessado na tela” (HUYSSSEN *apud* HUTCHEON, 1998).

De maneira contraditória, Reynolds se coloca como também uma “vítima” da *retromania* e diz que, entre outras coisas, é um frequentador de lojas de LPs de segunda mão, porém no capítulo dedicado ao ato de colecionar discos o autor coloca esse comportamento como uma coisa extremamente positiva em relação a baixar mp3. Segundo ele, os novos consumidores de música, que não fazem um esforço e não estão mais condicionados a limites financeiros para adquirir conhecimento musical, banalizaram a música a ponto de torná-la uma utilidade e não mais ligada a uma experiência de epifania que o contato com a arte poderia proporcionar. Em nenhum momento ele coloca o ato de comprar CDs, LPs ou até k7s como uma representação da nostalgia, pelo menos não do tipo de nostalgia que ele critica ao longo de sua obra.

Decerto, em muitos dos discursos relacionados aos consumidores atuais de LP, se percebem conteúdos nostálgicos: uma possível conexão com uma “era de ouro” da música ou com ídolos já mortos; ou o fato de que, na época em que tal álbum foi gravado, se pensava no LP como suporte, portanto ele traria as características ideais de gravação e audição. Todavia, acredita-se nesta pesquisa que a nostalgia não pode ser a única resposta possível para o crescimento de vendas desse formato cultural e o reaparecimento de festas de DJs que o utilizam exclusivamente. Como aponta a pesquisa de Yochim e Biddinger (2008), esses

⁴⁵ Do original: “But there is a rather obvious contradiction here: nostalgia requires the availability of evidence of the past, and it is precisely the electronic and mechanical reproduction of images of the past that plays such an important role in the structuring of the nostalgic imagination today, furnishing it with the possibility of “compelling vitality”. Thanks to CD ROM technology and, before that, audio and video reproduction, nostalgia no longer has to rely on individual memory or desire: it can be fed forever by quick access to an infinitely recyclable past.”

discursos estão muito mais ligados às qualidades “estéticas, sônicas e táteis” dos discos e às vezes até afastam a ideia de nostalgia, como coloca uma de suas fontes:

Eu apenas aprecio as coisas que conseguiram, coisas que sobreviveram... toda a ideia de que certas coisas duram e são passadas no tempo, e não porque tudo no passado era melhor ou que esses objetos que vêm de outra época representam a parte boa do passado ou qualquer coisa assim. Apenas por ter algo que estava por lá quando algo aconteceu, é bom ter essa perspectiva, para aprender sobre o passado. Não para habitar ou viver nele (p. 19) ⁴⁶.

Apesar de o passado estar no discurso do entrevistado, nota-se que existe um distanciamento, um posicionamento não idealizado. Pode-se argumentar que alguns dos consumidores de LP até tenham outro tipo de nostalgia, mais crítica, em que suas reivindicações, mais ligadas à ordem da materialidade e do fetiche, clamam por uma experiência se não melhor ou mais profunda, ao menos diferente em relação à música. Da maneira que está posto e recorrendo à pesquisadora Susan Stewart, nem se poderia cogitar a nostalgia como algo ilustrativo do caso desta pesquisa, já que para ela “Nostalgia é tristeza sem um objeto, uma tristeza que cria um desejo de necessidade que não é autêntico, porque ele não participa da experiência vivida” (*apud* YOCHIM e BIDDINGER, 2008)⁴⁷.

Talvez, como pontua Hutcheon (1998), em alguns casos a nostalgia pode vir acompanhada da ironia, o que daria uma abordagem menos negativa em torno dessa noção. Como possíveis respostas do pós-moderno para se criar uma distância e refletir sobre tanto o presente como o passado, ela lembra que ironia e nostalgia já andam juntas há um bom tempo e cita como exemplo o romance *Dom Quixote*. Os dois agem em torno de um duplo: o dito e o não dito da ironia e o passado e presente da nostalgia, e são colocados como sentimentos ativos e subjetivos. Ou seja, a nostalgia ou a ironia não estão no objeto em si, mas em quem se sente em poder desses objetos:

Eu quero argumentar que chamar algo irônico ou nostálgico é, na verdade, menos uma descrição da PRÓPRIA ENTIDADE que uma atribuição de uma qualidade da RESPOSTA. A ironia não é algo em um objeto que você “pega” ou falha em “pegar”: ironia “acontece” para você (ou, melhor, você faz “acontecer”), quando dois significados, um deles dito e o outro não dito, vem juntos, normalmente com uma determinada força crítica. Da mesma forma, a nostalgia não é algo que você “percebe” em um objeto; é o que você “sente” quando dois momentos temporais diferentes, o passado e o presente, se reúnem para você e, muitas vezes, têm um

⁴⁶ Do original: “I just appreciate things that make it, things that survive...the whole idea that certain things last and get passed down through time, and not because everything in the past was better or that these objects that come down represent the good part of the past or anything like that. Just to have something that was around when something happened, it’s nice to have that perspective, to learn about the past. Not to dwell upon it or live in it. I want to know about it and appreciate it. I want to appreciate it more than to make it the end-all-be all.”

⁴⁷ Do original: “Nostalgia is sadness without an object, a sadness which creates a longing that of necessity is inauthentic because it does not take part in lived experience”.

peso emocional considerável. Em ambos os casos, é o elemento de resposta — da participação ativa, tanto intelectual e afetiva — que traz o poder (HUTCHEON, 1998, grifos da autora).

Desta maneira, para a presente pesquisa, acredita-se que a ação de escutar música por meio dos LPs, o esforço da garimpagem e do dinheiro investido, em alguns casos, podem ser tidos como irônicos e, assim, atos críticos diante da experiência atual de se escutar música. Não sendo melhor ou pior do que se escutar música via mp3, essa nostalgia ou *retromania*, no tocante ao LP, pode ser uma forma de acionar o passado para situar-se no presente — a reivindicação da importância da coleção e dos artefatos como elemento distintivo no consumo de música e no acionamento de uma escuta atenta —, sem confundir-se com uma volta a um passado idealizado e acrítico.

3.3 O COLECIONADOR E O FETICHE

Como colocado anteriormente, a nostalgia e o fetiche são geralmente apresentados como explicações plausíveis para o aumento do consumo e revalorização do LP nos últimos anos. No entanto, muito do que se lê em matérias jornalísticas é tratado ora com desdém, ora com certo romantismo, e sem profundidade na abordagem desses conceitos. Levando-se em conta que a maioria dos DJs entrevistados se afirmaram como colecionadores — de maneira enfática, dotando de valor esse ‘ser colecionador’ como um grande diferencial que eles possuíam — e que a palavra “fetiche” é usada recorrentemente para descrever a paixão pelos LPs, a pesquisa abordará brevemente esses tópicos, para elucidar o mundo dos entrevistados.

3.3.1 O colecionador

Para Benjamin (1995), o colecionador é movido por uma paixão, porém não uma paixão do objeto em si, mas como objeto que pode representar suas memórias, vivências pessoais e como também contexto de uma época:

Este processo ou qualquer outro é apenas um dique contra a maré de água viva de recordações que chega rolando na direção de todo colecionador ocupado com o que é seu. De fato, toda paixão confina com o caos, mas a de colecionar com o das lembranças (BENJAMIN, 1995, p. 227-228).

O colecionador benjaminiano é comparável ao escavador à procura de seus tesouros. O próprio autor, no ímpeto de novas aquisições, flanou por várias cidades, percorrendo ruelas e porões, e foi dessa maneira que pôde realmente conhecer esses lugares, construir uma experiência real com a vida local através do *faro apurado* de colecionador.

A seu ver, os objetos da coleção devem ser separados da sua função utilitarista:

É decisivo na arte de colecionar que o objeto seja desligado de todas as suas funções primitivas, a fim de travar a relação mais íntima que se pode imaginar com aquilo que lhe é semelhante. Esta relação é diametralmente oposta à utilidade e situa-se sob a categoria singular da completude. O que é esta “completude” <?> É uma grandiosa tentativa de superar o caráter totalmente irracional de sua mera existência através da integração em um sistema histórico novo, criado especialmente para este fim: a coleção. E para o verdadeiro colecionador, cada uma das coisas torna-se neste sistema uma enciclopédia de toda a ciência da época, da paisagem, da indústria, do proprietário do qual provém (BENJAMIN, 2006, p. 239).

Mesmo que esse objeto possa ter uma funcionalidade (conhecimento, prazer etc.), não será esta que dará a tônica do ato de colecionar e alimentará essa paixão, mas sim o fato de ele estar carregado de lembranças, por contar histórias e nos situar num tempo e espaço.

Apesar de ter uma visão extremamente pessimista em relação ao colecionador, Baudrillard concorda nesse ponto quanto à ausência de funcionalidade no objeto da coleção: “Em última instância, o objeto estritamente prático toma um estatuto social: é a máquina. Ao contrário, o objeto puro, privado de função ou abstraído de seu uso, toma um estatuto estritamente subjetivo: torna-se objeto de coleção” (2009, p. 94). De acordo com Benjamin, o consumidor comum nunca entenderá os reais motivos do colecionador e a maneira como organiza a sua coleção, pois “[...] o colecionador consegue lançar um olhar incomparável sobre o objeto, um olhar que vê mais e enxerga diferentes coisas do que o olhar do proprietário profano [...]” (BENJAMIN, 2006, p. 241).

Não há dúvidas que Benjamin coloca o objeto da coleção numa posição sacralizada, na qual talvez pudesse ser novamente constituído de aura, mesmo que seja de um ponto de vista particular. Provavelmente, essa seja a visão do colecionador para com seus objetos “de valor inestimável” — mas que têm um valor nesse mercado, mesmo informal, de colecionismo —, posicionados nas suas estantes-altar, mas que, sendo também mercadorias, apresentam as marcas do profano, como aponta Janotti Júnior:

Primeiramente vale lembrar que, por mais que haja uma sacralização dos objetos de coleção, eles nunca podem ser somente da ordem do sagrado. Por exemplo, todo disco traz as marcas humanas do trabalho e do dispositivo Indústria da Música. É nesse sentido que pode se localizar um jogo permanente entre a reivindicação de um valor que transcende os valores de uso e de troca por parte do colecionador, mas que não consegue “zerar” essa relação (2012, p.10).

O motivo mais profundo do colecionador, para Benjamin, é empreender “a luta contra a dispersão. O grande colecionador é tocado bem na origem pela confusão, pela dispersão em que se encontram as coisas no mundo [...]”. (2006, p. 245). Para afastar essa angústia de uma

vida tão fragmentada ele coleciona, organiza, cataloga — na sua maneira, podendo ser inteligível pra outros — e assim cria um mundo particular repleto de memória e identidade:

É a partir de múltiplos mundos classificados, ordenados e nomeados em sua memória, de acordo com uma lógica do mesmo e do outro subjacente a toda categorização – reunir o semelhante, separar o diferente – que um indivíduo vai construir e impor sua própria identidade. As discontinuidades que ele vai impor sob a forma de categorias e taxonomias diversas à sua experiência do mundo exterior lhe permitem identificar e se orientar em um “corpus de dados sensíveis que seria, de outra forma, caótico” (CANDAU, 2012, p. 84).

Também podemos ver em Baudrillard um colecionador que luta contra essa angústia, que tenta, de certa maneira, ter a sensação de controle sobre sua vida e atingir um equilíbrio — o qual existe, mas será neurótico, na posição do autor. Para ele, o real poder dos objetos vem do fato de a organização da coleção poder substituir o tempo, sendo por isso muitas vezes referida como passatempo, por aboli-lo:

Deixemos de lado aqui a mitologia espontânea que quer que o homem ou se prolongue ou sobreviva nos *seus objetos*. O processo-refúgio não é o de imortalidade, de perpetuidade, de sobrevivência em um *objeto-reflexo* [...], mas sim um jogo mais complexo de “reciclagem” do nascimento e da morte em um *sistema de objetos*. O que o homem encontra nos objetos não é a garantia de sobreviver, *é a de viver a partir de então continuamente em uma forma cíclica e controlada o processo de sua existência e de ultrapassar assim simbolicamente esta existência real cujo acontecimento irreversível [a morte] lhe escapa* (BAUDRILLARD, 2009, p. 104-105, grifos do autor).

Apesar de Benjamin (1995, p. 234) colocar que uma das características mais intrínsecas da coleção é sua transmissibilidade, e que o receptor desta deva agir como um herdeiro, zelando por sua posse, ele acredita que a coleção perde seu sentido quando perde seu agente. Inclusive, de maneira bem radical, defende que as coleções públicas são desprovidas de sentido, apesar do bem que fazem à sociedade. Por dizer tanto sobre identidade, essas coleções seriam algo inseparável de seu dono.

Ou, na perspectiva baudrillardiana: o fim do ciclo dos objetos-reflexo, que representam o lado narcisista de todo colecionador. Para o autor, os objetos são como um espelho melhorado, que refletem as imagens desejadas e não as reais. Apresentando a capacidade de ser possuído, personalizado e contabilizado e não oferecendo nenhum tipo de restrição, esse objeto é investido de tudo que não é possível numa relação humana, visto que as diferenças, no relacionamento entre seres vivos, dirigiriam uns contra os outros. Segundo ele, os objetos colecionados são, no fundo, a repetição do próprio colecionador; então, apesar de poder ser continuada após a morte do primeiro dono, a coleção nunca será a mesma.

3.3.2 O colecionador como fetichista

No seu estudo sobre o sistema da coleção, Baudrillard (2009) defende que o colecionador apresenta “uma regressão ao estado anal que se traduz por condutas de acumulação, ordem, retenção agressiva, etc.” (p.95), para logo em seguida afastar qualquer ligação com o fetiche. Porém, ao longo do texto, não consegue deixar de lado a noção de fetiche, sempre retomando essa “perversão”: a relação culposa de todo colecionador (de “segredo”, “mentira”); o afastamento da ameaça de castração quando compara o objeto ao animal de estimação; e quando coloca que a ausência seria o *leitmotiv* de toda coleção:

É preciso se perguntar se a coleção foi feita para ser completada, e se a ausência não desempenha um papel essencial, positivo aliás, já que a ausência é aquilo pelo qual o indivíduo adquire objetivamente o controle de si: enquanto a presença do objeto final significaria no fundo a morte do indivíduo, a ausência deste termo lhe permite apenas desempenhar sua própria morte figurando-a em um objeto, vale dizer, conjurando-a (BAUDRILLARD, idem, p. 100, grifos do autor).

Pelo exposto acima, e pela negação apenas parcial do fetiche, talvez a sugestão de Agamben (2008) do colecionador como um fetichista seja mais convincente. O filósofo utiliza a explicação de Freud, segundo a qual o fetiche seria o substituto do pênis da mãe. O menino se recusa a tomar conhecimento desta ausência por sentir uma ameaça de castração. Daí nasce essa relação ambígua: “O fetiche, seja ele parte do corpo, seja objeto inorgânico, é, portanto, ao mesmo tempo, a presença do nada que é o pênis materno e o sinal da sua ausência; símbolo de algo e, contemporaneamente, símbolo da sua negação [...]” (p. 60).

Assim, a ausência se faz mais uma vez presente no universo do colecionador, e por isso ele é um fetichista, por nunca se satisfazer com apenas um objeto. A satisfação existe e dá-se no momento exato da compra do objeto. Mas, tão logo ele esteja exposto junto aos outros, a insatisfação reaparece:

Sob esse ponto de vista, o fetiche leva-nos ao confronto com o paradoxo de um objeto inapreensível que satisfaz uma necessidade humana precisamente através do seu ser tal. Como presença, o objeto-fetiche é, sem dúvida, algo concreto e até tangível; mas como presença de uma ausência, é, ao mesmo tempo, imaterial e intangível, por remeter continuamente para além de si mesmo, para algo que nunca se pode possuir realmente (AGAMBEN, 2008, p. 61-62).

Por isso o fetichista-colecionador sempre tende a, além de colecionar, multiplicar seus objetos. Por ser “presença de uma ausência”, uma coleção não se esgota, ao contrário, tende ao infinito:

Mas que não se tome os colecionadores como alienados ou ingênuos, todos que possuem esse pendor sabem que quando se coloca as mãos no último artefato

desejado, o desejo escorre, esvai-se, direcionado para um novo artefato, daí a consciência do caráter infundável da coleção (JANOTTI JÚNIOR, 2012, p. 10).

O pesquisador e crítico musical Simon Reynolds (2011) descreve como demorou a se perceber (ou assumir que era) um colecionador, porque mantinha uma visão negativa em relação a essa figura. Para ele, os colecionadores eram apenas “loucos que fetichizavam formato e embalagem – vinis coloridos de sete polegadas, versões japonesas de álbuns” (p. 86-87), até que, um dia, ele não pôde mais negar esse fato:

Quando os vinis enchem prateleiras e armários em cada espaço de seu apartamento, e ainda há mais discos escondidos em armários no porão de seu prédio, e além disso existe uma unidade de armazenamento em Londres em grande parte preenchida com CDs, fitas, LPs e singles que foram deixados lá quando você se mudou para os EUA 15 anos antes... é hora de encarar os fatos. Você é um colecionador, dos crônicos, bem além do ponto onde é um passatempo gerenciável e saudável (p. 87).

E ter discos ainda plastificados no meio de uma imensa coleção é uma característica definidora do colecionador. Por mais que o conteúdo cultural — no caso de discos e livros — seja o que valorize a coleção, por essa característica do colecionador pode-se inferir que o que vai mover essa prática seja o apego material ao artefato. Pois seria impossível presumir que tudo que haja na coleção tenha sido escutado, moldando o caráter da “epifania do inapreensível” que marca essa prática:

Seria — vocês não de perguntar — uma característica do colecionador não ler livros? Dir-se-ia que é a maior das novidades. Mas não, pois especialistas podem confirmar que é a coisa mais velha do mundo, e menciono aqui a resposta que Anatole France tinha na ponta da língua para dar ao filisteu que, após ter admirado sua biblioteca, terminou com a pergunta obrigatória: - E o senhor leu tudo isso, *Monsieur* France? – Nem sequer a décima parte. Ou, por acaso, o senhor usa diariamente sua porcelana de Sèvres? (BENJAMIN, 1995, p. 230).

3.3.3 Por um “bom” fetiche

Além de a literatura psicanalítica explicar o fetiche como uma perversão, o uso da palavra já tinha uma conotação negativa desde o seu surgimento. Como explica Peter Stallybrass (2012), ela aparece na época da formação da sociedade moderna europeia e deriva da palavra “feitiço”, que era empregada para criticar o apego dos povos africanos, com os quais os portugueses agora travavam contato, por objetos. Objetos que não despertavam o interesse do homem europeu, já que, constituído a partir da *denegação do objeto*, esse interesse só poderia surgir a partir da transformação destes em mercadoria para obtenção de lucro.

A *denegação do objeto* a que Stallybrass se refere é o que, por oposição, conota negativamente o fetiche. O europeu estaria representado como “evoluído”, que então entendia

o “real” valor (de mercado) das coisas e separava bem o homem e suas posses. Vindo da associação com a feitiçaria, o fetiche supunha que um objeto pudesse exercer um controle, uma influência sobre o indivíduo, o que significava “uma subversão do ideal do eu autonomamente determinado” (PIETZ *apud* STALLYBRASS, 2012): “O que era demonizado no conceito de fetiche era a possibilidade de que a história, a memória e o desejo pudessem ser materializados em objetos que fossem tocados e amados [...]” (STALLYBRASS, 2012, p. 45).

Como aponta Stallybrass, o conceito desenvolvido por Marx de fetiche da mercadoria foi mal interpretado durante toda a história, sendo usado até por correntes político-ideológicas contrárias para dar conta de uma sociedade calcada no *materialismo absoluto*. De acordo com o argumento do autor, o problema para Marx não era o fetichismo em si, mas um tipo bem específico que era o fetiche da mercadoria. Quando uma coisa torna-se mercadoria, ela só é definida por seu valor de troca, esvaziando-se de seus significados, do trabalho humano e mesmo do seu aspecto sensorial. Por isso, o mundo capitalista é uma das sociedades mais abstratas de que já se teve notícia:

A abstração dessa sociedade é representada pela própria forma mercadoria. Pois a mercadoria torna-se uma mercadoria não como uma coisa, mas como um valor de troca. Ela atinge a sua mais pura forma, na verdade, quando ela é mais esvaziada de particularidades e de seu caráter de coisa (STALLYBRASS, 2012, p. 40).

Essa era a mercadoria fantasmática de Marx, que era julgada não por suas qualidades físicas ou uma possível associação sentimental por seu dono e sim, apenas, por seu valor financeiro, imaterial:

Fetichizar as mercadorias significa, em uma das ironias menos compreendidas de Marx, reverter toda a história do fetichismo. Pois significa fetichizar o invisível, o imaterial, o suprasensível. O fetichismo da mercadoria inscreve a *imaterialidade* como a característica definidora do capitalismo. (STALLYBRASS, 2012, p. 42-43).

A partir da visão do autor pode-se realizar uma leitura menos pessimista do fetiche, livrar de culpa o fato de se adorarem objetos, de neles poderem ser materializados sentimentos, memória e identidade. Por mais que o colecionador carregue traços de um consumo exacerbado, e que para muitos sua conduta soe como apenas uma compra compulsiva, sem sentido, o colecionador foi talvez o primeiro a entender o valor que as coisas podem ter e representar, nesse “mundo da cultura humana enquanto atividade criadora de objetos” (AGAMBEN, 2008, p. 61).

Talvez o fetiche também possa elucidar, em parte, a recente retomada do vinil. Pela explicação acima de Simone Sá (2009), já se viu que a materialidade do artefato justifica a paixão dos colecionadores, ou como perceberam Yochim e Biddingger:

Mais do que simplesmente romantizar o passado, colecionadores de vinil ilustram a relação abstrata entre tecnologia e humanidade justificando isso em qualidades mais concretas e celebrando a superioridade estética, tátil e sonora dos discos de vinil (2008, p. 7).

Apesar de as declarações dos colecionadores sobre a superioridade sonora do vinil serem polêmicas, sem dúvidas a superioridade tátil pode ser destacada: tamanho, peso, os sulcos do disco. E isso também vai fazer diferença já que, como afirmou Benjamin, “Colecionadores são pessoas com instinto tátil” (2006, p. 241).

Tendo em vista tudo que já se debateu até o presente momento - a materialidade do LP e sua ligação direta com a ideia de fetiche, a circularidade desses discos por meio de vários vetores, sendo um deles as festas em que os DJs se utilizam desse formato cultural para dar valor e se diferenciar dos demais em seus discursos -, no próximo capítulo estará presente uma análise desses tópicos na visão de cinco DJs da cidade de Recife, construída a partir de uma observação participante e de entrevistas semiestruturadas e em profundidade.

4. CIRCULANDO PELOS SULCOS

Após análise do conteúdo das entrevistas semiestruturadas e em profundidade, dividindo-o em tópicos, observaram-se quatro temas que se destacam a partir das falas dos DJs entrevistados, podendo abranger outros assuntos afins: coleção, gêneros musicais, materialidade/performance e circularidade/local. Como a pesquisa está focada na circularidade do vinil, por meio das festas que acontecem em Recife, neste primeiro momento, foram entrevistados os DJs das festas Magia Negra (DJ Justino Passos), Terça do Vinil (DJ 440) e Kubitscheck Soul/Tony Montana (DJ Daniel Aragão). As festas diferem muito entre si em vários aspectos, assim como as opiniões dos seus DJs sobre os assuntos abordados, levando-se a acreditar que esses dados ajudam a compor uma complexa rede que, interligada por um motivo estético comum, mas divergindo em propósito e funcionalidade, vai ajudar a tornar a pesquisa mais rica.

É importante apresentar mais detalhes sobre as festas para se fazer uma contextualização, já relativizando o termo festa que pode não ser o melhor para descrever todos esses agrupamentos em torno do artefato cultural LP, já que algumas delas, como o Melodia de Bodega e a Terça do Vinil, apresentam características diferentes da acepção mais comum de termo, que remete, mais comumente, a uma pista de dança. Nesses eventos supracitados, existe mais uma característica de uma contemplação ao ato de se presenciar uma discotecagem de vinil, prestar atenção nas capas dos discos que são exibidas pelos DJs, bater papo e se inserir numa comunidade de gosto. Também não se pode esquecer que nesses eventos, por ocorrerem na rua, a capacidade de atrair turistas — aqui mais especificamente na Terça do Vinil, que acontece em pontos turísticos de Recife e Olinda — ou transeuntes desavisados é maior do que os outros tipos de congregação social em torno do LP. Porém, para efeito didático, escolheu-se continuar chamando todas de festa.

Dessas três festas, a única que continua regularmente é a Terça do Vinil, que como o nome diz, acontece todas as terças-feiras no bar Casa da Moeda, no Recife Antigo. A festa já dura seis anos e ocupou diferentes lugares em sua trajetória, tanto em Recife como em Olinda: começou no Xinxim da Baiana, onde passou uma temporada de nove meses; logo depois, subiu a cidade alta de Olinda e foi parar no Bodega de Veio, local em que passou mais tempo, três anos, e onde adquiriu sua fama. Passou uma temporada no Fábrica Bar, também em Olinda, e no ano de 2013 frequentou o Santo Bar, no centro do Recife, passando pouco tempo e ficando, até a realização desta pesquisa, na atual Casa da Moeda. Se por um lado a rotatividade de lugares mostra uma dificuldade de afirmação espacial da festa, por outro, sua

permanência como marca parece apontar para uma solidificação do evento, independentemente do local em que ocorre.

Nesse contexto de revalorização da mídia, uma das primeiras festas da cidade foi a Magia Negra, dos DJs Justino Passos e Da Mata. Essa realmente encarnava o significado mais tradicional do termo que escolhemos para descrever esses acontecimentos sociais: existia uma pista de dança e a maior motivação de seus DJs era fazer com que o público se movimentasse. Atualmente ela não existe mais, e seus integrantes reeditam a parceria em ocasiões esporádicas. O projeto começou muitos anos atrás composto, em sua primeira formação, por DeeJay Baiano em vez de Da Mata, e a discotecagem era realizada com CD no bar Boratcho, no Pina, Zona Sul de Recife. Quando Justino resolveu começar a discotecar com vinil, foi aos poucos se separando dos primeiros parceiros profissionais, e o próprio Baiano demonstrou vontade de encerrar as atividades da festa. Ao conhecer Da Mata em 2005, Justino resolveu retomar o projeto, pedindo autorização para seu antigo colega, que a concedeu depois de ver a performance do novato, no bar Capitão Lima, onde a festa funcionou na maior parte de sua vida. Até 2008, ano de seu fim, a Magia Negra gozou de prestígio entre o público mais alternativo da cidade, inclusive estendendo essa fama até São Paulo, onde passou uma breve temporada em diversas casas noturnas.

Dentre os DJs mencionados, o que mais difere desse grupo, no sentido de continuidade e permanência da festa, é o DJ Daniel Aragão. Para começar, porque a festa, Tony Montana, não tinha uma regularidade certa no calendário e era feita em sua casa, que já levava esse apelido antes de as festas existirem. Os eventos ficaram conhecidos na cidade e atraíam cada vez mais um público alternativo à sua cobertura, localizada no Parnamirim, Zona Norte de Recife. No ano de 2012, o DJ ficou sócio de uma nova casa noturna, que funcionou no topo do edifício JK, prédio mítico e referência do centro da cidade. Ali começou a realizar sua Kubitscheck Soul, que foi encerrada quando o lugar foi interditado, após o desastre da boate em Santa Maria, Rio Grande do Sul — fato que provocou uma série de interdições em estabelecimentos em toda a cidade do Recife. O apartamento é um tríplice bem espaçoso, em que cada andar funcionava como um ambiente, sendo o dancing no segundo andar. Primeiramente a festa era para os amigos mais próximos e colegas da área de audiovisual, porém aos poucos foi ficando cada vez mais famosa e disputada, alcançando certa aura *cool* pelo lugar diferente e por não ser aberta a qualquer um, já que se tinha que conhecer pelo menos alguém próximo a Daniel para saber que a festa ia acontecer. Em certo momento, isso

até acarretou problemas com os outros condôminos, já que o barulho e a quantidade de pessoas cresciam a cada edição.

4.1 COLEÇÃO

Quase todos os DJs entrevistados afirmaram ser colecionadores e faziam questão de exaltar sua coleção em quantidade e qualidade. Daniel Aragão, DJ da festa Tony Montana, coloca que a coleção, pelo aspecto visual das capas dos LPs, se configura como uma facilitadora do processo de discotecagem:

- Aí você vai por isso, você tira na hora. Tipo, “ah, eu tenho esse disco”, eu lembro dos discos que eu tenho, mesmo que seja 2.000, 3.000, eu lembro dos discos que eu tenho, aí você vai por isso, tá entendendo? Aí a sua coleção é como se fosse um guia para você discotecar. É seu guia.

Porém houve uma exceção: o DJ 440, da festa Terça do Vinil, que não assumiu a posição de colecionador:

- Não sei. Pode ser que sim, pode ser que não. Colecionador é um cara que se dedica muito pra aquilo mesmo. Colecionador compra o preço que for. Eu não, eu compro moderadamente. Compro pensando no projeto. Embora tenha coisas que eu curta eu não compro porque eu não toco, não vou tocar na Terça do Vinil. Então não vale a pena gastar essa grana, vinil não é barato. Aí, assim, o que eu compro é destinado para a Terça do Vinil, normalmente.

Talvez não seja o fato de ele não se posicionar como um colecionador, e sim que sua coleção tem objetivos específicos: alimentar a discoteca de sua performance como DJ, desconectando-o do mundo dos colecionadores que atuam como ouvintes dedicados e na concepção ou estereótipo mais comum daquele que guarda “seu tesouro” para si, não compartilha conhecimentos ou mesmo não deixa nem à vista sua coleção para outras pessoas.

É interessante observar que na fala acima o DJ apresenta certa resistência em se assumir como colecionador, mas sem negar completamente. Isso pode ser interpretado em duas instâncias: a primeira sugere certo receio devido a um suposto poder aquisitivo menor, o que acarretaria menos discos para sua coleção, implicando diretamente num sentimento de inferioridade em relação ao senso comum de colecionadores, que ostentam grandes quantidades de discos em suas coleções. Isso, ao mesmo tempo, afasta uma possível responsabilidade de domínio de conhecimentos musicais, tão importante na coleção de discos.

Em segunda instância, ele pode estar tentando afastar-se da aceção social mais comum em torno do tipo específico de colecionador, que é extremamente negativa, como aconteceu com o próprio Simon Reynolds, como descrito no capítulo anterior. Segundo Will Straw:

Em termos gerais, pode-se dizer que a maioria das formas de coleção é desvalorizada dentro de grupos de pares masculinos. Eles são vistos como sinal de recuo desses reinos em que o poder patriarcal é mais obviamente implantado e apreciado. Na pior das hipóteses, as coleções são tomadas como evidência de que bloqueios ou impulsos sexuais frustrados foram sublimados em séries sem vida de fatos ou objetos. Na melhor das hipóteses, a distração que caracteriza o colecionador é vista como causa de um esquecimento às regras implícitas de apresentação pública que englobam vestimenta, gestual e comportamento corporal (2011, p. 10)⁴⁸.

Sendo assim, o posicionamento do DJ pode indicar que ele evitaria o estereótipo do colecionador nerd, neurótico, com um comportamento obsessivo-compulsivo que a maioria das pessoas acredita existir. Porém, para Straw (2011), a ‘nerdice’ geralmente associada à coleção de discos não faz tanto sentido quanto o seu conteúdo hipster. De acordo com o pesquisador, nerds e hipsters têm em comum o domínio de um campo simbólico, mas enquanto aos primeiros falta a habilidade de saber como e quando as coisas devem ser ditas, os segundos mantêm “os limites de entrada requerendo que a posse de conhecimento seja feita pra parecer menos significativa do que o senso tático de como e quando vira público” (p. 9).

Outras características ligadas aos colecionadores, Straw (2011) aponta, seriam o domínio de conhecimentos musicais como capital simbólico para se diferenciar e se destacar diante de um par masculino, ou seja, competir e mostrar poder; e as referências à função de “desbravador”, “caçador”, quando se cita a prática da garimpagem, marcadores culturais extremamente masculinizados e que vão de encontro ao senso comum de não adaptação a uma sociedade patriarcal. Em uma parte posterior da entrevista com o DJ 440, ele claramente se identifica e até coloca como valor essa prática da “caça” quando cita mais de uma vez o hábito de garimpar, diz que compra cada vez mais e pesquisa para ser um diferencial de sua festa.

Apesar de Straw (2011) situar a prática da coleção de discos como uma atividade iminentemente masculina, Shuker (2010) cita a pesquisa de Bogle (1999), em que entrevistou entre 50 e 60 mulheres colecionadoras de disco. Apesar de falarem com paixão de sua coleção, e até do ato de “caçar” discos, elas sentiam uma grande resistência em se dizerem colecionadoras, com uma delas afirmando que isso era uma prática masculina. Para Shuker (2010) só restou a conclusão de que “a categoria ‘coleccionador de discos’ foi claramente uma construção social”.

⁴⁸ Do original: “In general terms, it might be said that most forms of collecting are devalored within male peer groups. They are viewed as the sign of a retreat from those realms in which patriarchal power is most obviously deployed and enjoyed. At worst, collections are taken as evidence that blocked or thwarted sexual impulses have been sublimated into lifeless series of facts or objects. At best, the distraction which characterizes the collector is seen as causing an obliviousness to the implicit rules of public presentation which govern dress, gesture and bodily comporment.”

Nas suas entrevistas com mulheres, Shuker (2010) coloca que a maioria mostrou mais interesse no valor de uso dos objetos e menos preocupação com o tamanho da coleção, raridade e valor de troca, características que também foram apresentadas por homens. Pode-se inferir, deste modo, que o enquadramento dos colecionadores em gênero ou sua categorização em geral se mostra muito complexa, como coloca o DJ Justino Passos quando afirma que “não tem mais saco pra sebo”, pois nesse tipo de comércio da cidade do Recife não se encontrariam mais coisas boas, preferindo fazer suas compras no site Mercado Livre, que “é o maior sebo do Brasil, hoje”. Ele diz que não tem mais aquela vontade de procurar como antes, o hábito de garimpar com que muitos colecionadores de vinil se identificam, trocando a surpresa do garimpo pela sensação de esperar o disco pelo correio, de não saber ao certo quando chegará.

Essa afirmação também tensiona a dicotomia analógico/digital que foi tratada no tópico 1.6 desta pesquisa, quando mostra que a internet, embora tenha trazido novos hábitos de consumo na música, também potencializou alguns antigos, como comprar LPs. De acordo com Simon Reynolds (2011), a expansão de sites como o eBay tornaram o hábito de comprar muito mais fácil e conveniente e, associados às limitações físicas das moradias, ajudaram a indústria de armazenamento norte-americana a crescer quase 700% na última década — aqui no Brasil não temos esse hábito, mas em filmes e séries norte-americanas é bem comum se deparar com pessoas que pagam por unidades de armazenamento, geralmente pequenos contêineres.

A caça, a ida ao sebo, a pesquisa, também são citadas pelo DJ Renato da Mata como práticas cruciais para se tornar um colecionador. Seu pai era músico e já possuía uma grande coleção de LPs, mas mantinha uma relação bem diferente com os discos: trocava muito com amigos, ouvia para aprender e estar por dentro do que as pessoas estavam gostando, mas não tinha um apego de colecionador. Renato então, ainda na adolescência, percebendo essa relação que o pai apresentava, pediu-lhe os discos: “Pera aí, agora eu que vou cuidar dessa porra”.

- Nesse momento que eu peguei os discos do meu pai, peguei o toca-disco antigo dele, comecei a escutar, separar os discos e limpar, foi justamente na chegada dos CDs, tá ligado? Eu meio que ignorei... Eu cheguei a comprar alguns CDs, muitos não, mas alguns CDs de rap, saca? Sei lá, eu tinha uma coleçãozinha de rap, música em geral, brasileira, mas chegou um momento que eu cortei a relação com CD, ainda adolescente e comecei a frequentar sebo. Aí quando eu comecei a frequentar sebo, velho, eu comecei a pesquisar. Tipo assim, eu trabalhava numa loja e aí ao invés de pegar o dinheiro da passagem eu ia a pé lá pro Centro, aí pegava o dinheiro da passagem e comprava disco lá no sebo... Aí comecei a comprar, comprar, comprar e aí tou até hoje nessa história do disco, da cultura vinil.

Renato da Mata, inclusive, coloca esse universo do sebo e suas práticas como um fator importante na sua formação de DJ, pois foi a partir do descobrimento e imersão nessa cultura do LP que ele começou a sentir uma “necessidade de DJ” e separou o colecionador DJ do colecionador “almofadinha”, clara referência ao tipo de colecionador descrito anteriormente:

- Depois desse primeiro momento de viajar nesse universo do vinil, dos sebos, dos vendedores, daquela conversa da troca, do rolo, da malandragem dos vendedores de disco, da sorte do cara pegar disco raro, tá ligado? Foi aí que eu comecei criar uma coleção, saca? E isso é muito louco, porque um dos primeiros sintomas que o cara quer ser DJ é quando o cara quer dividir o que ele escuta. Isso eu já falei pra vários caras, até que trabalham com essa parada, que é assim: quando o cara começa a ter a necessidade de querer dividir o som que ele tem com as pessoas, seja de graça, seja pago, seja de qualquer forma, é uma das primeiras necessidades de DJ que o cara tem. Pô, o cara não quer segurar aquilo só pra ele, ele não é um colecionador almofadinha, que os colecionadores falam: o colecionador almofadinha coleciona os discos só pra ele e ninguém mais escuta, só ele escuta. Inclusive ele fica até meio cético com as pessoas porque ele não divide nada, ele só pega o conteúdo pra ele e fica juntando informação.

Apesar de colocar essa paixão pelos discos, ele entra numa pequena contradição, quando afirma, semelhantemente ao DJ 440, que só tem hoje os discos de que precisa para a profissão, tendo até se desfeito de dois engradados de feira cheios de LPs. Mas na mesma fala volta atrás e diz que mantém ainda coisas que divergem dos seus sets, porque podem contribuir para que ele se torne um profissional com mais recursos. Ele até falou que a última pesquisa que vinha fazendo em sebos era um estudo de vozes, para usar em *samplers* e *scratches*, procurando LPs de piadas e histórias narradas, por exemplo:

- Eu coleciono disco, cara. Eu tenho muito disco, eu já tive mais, já botei duas caixas pra fora, porque eu tinha dez caixas, agora eu só tenho umas oito, assim, caixas de disco e eu só quero ter o que eu preciso mesmo, o essencial. Agora eu tenho coisas que eu não preciso e continuo mantendo, coisas absurdas assim, tá ligado? Porque o cara pensa, porra, Renato é um DJ de rap mas, quando a técnica aguça e você começa a mixar outros ritmos, você tem uma relação muito mais plural com a música do que qualquer DJ, do que qualquer estilo, saca? Então eu sou um colecionador, sou um colecionista mesmo, gosto de colecionar disco.

É interessante observar que as afirmações dos DJs 440 e Renato da Mata tensionam o conceito de coleção de Benjamin (2006) e Baudrillard (2009), segundo os quais o objeto da coleção perde sua função utilitária. Aqui, o DJ colecionador derruba essa ideia ao utilizar sua coleção de LPs para seu ofício; profana o objeto “sacro” ao retirá-lo da estante-altar, inclusive lhe atribuindo diferentes usos, como as mixagens e os *scratches* que Da Mata faz. Sem dúvidas estamos diante de outra categoria de colecionador: aquele que quer dividir o conhecimento com outros, que deixa seus objetos à vista, sujeitos também ao toque de outros, e que atribui uma função/utilidade aos seus LPs além de estarem em suas prateleiras.

Bem, algumas questões merecem ser pontuadas ou pensadas em relação às afirmações feitas até aqui: 1) Não há como manter uma concepção unificada, linear entre DJs de vinil e colecionadores, mesmo porque, tal como o corte mercadoria/objeto de culto, essa relação se afirma também em suspensões e contradições; 2) Claro que o DJ colecionador não é o colecionador em sentido estrito, como pensaram Benjamin e Baudrillard, pois o colecionador no sentido pleno é detentor de um segredo, uma visada que beira o impossível, aniquilar os vestígios de mercadoria do objeto de culto, já os DJs expõem seus segredos, podem partir de uma coleção que não está mais segregada, até porque antes de esconder os traços da mercadoria ela retorna no circuito das festas, na vitrinização dos discos.

Benjamin (1995) também colocou que uma das maiores características da coleção é sua transmissibilidade, que a pessoa que ganha uma coleção deve agir como herdeiro, zelando por sua posse. Porém, ele também aponta que, apesar disso, a coleção perde seu sentido quando perde seu primeiro dono, visto que ela diz muito sobre identidade. Nos casos de 440 e Da Mata, ambos herdeiros de coleções dos pais, os DJs não só deram um sentido diferente para a coleção como a aumentaram e a potencializaram em favor de suas identidades, criando conexões de tempos, histórias e gêneros musicais distintos. Da Mata até coloca que colecionadores tratam com uma carga irônica esses herdeiros afortunados: “Até os caras que vivem comprando e vendendo disco até tiram uma onda assim com a galera: ‘Não, porque fulaninho pegou a herança do pai, então fulaninho já foi abonado naquela questão da música ali’”.

Evidentemente, estamos em um momento totalmente diferente na história, pois quando Benjamin pensou o colecionismo ele se referia mais a sua própria coleção de livros, em um período em que a indústria cultural ainda estava se consolidando. Os DJs sequer existiam, muito menos os LPs, e assim o contexto de sua fala se referia mais à cultura erudita e não à cultura pop, na qual o objeto desta pesquisa está inserido. Benjamin queria, se não restaurar a aura desses objetos oriundos da reprodutibilidade técnica, colocá-los em outro patamar, tirando os vestígios de mercadoria, já que o colecionador teria esse poder quando posiciona o artefato cultural num contexto particular envolvido de paixão, diferentemente do consumidor “profano”, que compra sem um motivo especial.

Neste novo momento, não importa ser mercadoria, produto de uma indústria cultural do capitalismo, pois, se isso já não foi ultrapassado, ao menos foi relativizado na contemporaneidade. Tanto que o valor econômico dos LPs foi citado em várias entrevistas, seja num disco muito raro com valor exorbitante adquirido, seja no gasto substancial que se

tem para a compra de equipamentos para tornar-se um DJ de vinil. Portanto, o valor de troca não é só assumido pelos DJs colecionadores, mas é também colocado como distinção dentro desse campo simbólico.

Outro DJ que é um grande colecionador, com cerca de 3.000 discos, é Gerson Flavio, o DJ Pós da festa Melodia de Bodega. Como os mencionados acima, não herdou sua coleção, mas herdou a paixão pelos LPs desde a infância, com um tio colecionador. Apesar de ser o mais velho dos entrevistados - tem 56 anos - e de sua coleção começar antes da era do CD, quando o LP ainda era o principal produto da indústria fonográfica, ele disse que sua coleção começou a crescer mais com a chegada do CD. Com a morte declarada do LP, e a “moda” do CD, o preço dos vinis caiu muito, e ele descreve esse período como um momento crucial para o aumento da sua coleção. Gerson narra uma visita a sua cidade natal, Cruzeiro, interior de São Paulo, onde achou uma loja vendendo diversos LPs, muitos deles raros, por cerca de R\$1,00. Nessa compra ele afirma ter trazido para Recife um montante de 300 discos.

Em torno do afeto e memória, o DJ lembra das lojas que percorria no centro do Recife, nos tempos de faculdade, como a Disco 7, e quais os discos que comprou com seu primeiro salário: “Eu ainda me lembro: foi um de Benito di Paula, um de Martinho da Vila e um do The Who”. Também coloca que, nessa época, não comprava os discos pensando em coleção ou discotecagem. Esse momento só veio depois, quando conheceu Karine, também na época da faculdade, sua companheira até hoje e que sempre está presente no Melodia de Bodega. Karine, ele afirma, tinha uma pequena coleção de discos e foi ela quem o influenciou a de fato “assumir” esse hábito.

Justino Passos, que divide a discotecagem com Da Mata na Magia Negra, quando questionado sobre a possibilidade de todo DJ ser colecionador, respondeu categoricamente: “Não. Não tem nada a ver uma coisa com a outra. Nem sempre”. Justino também é colecionador e faz questão de descrever a sua coleção dizendo que tem muitos discos raros, enfatizando os de 7 polegadas, os antigos *singles*, os quais adquiria em compras constantes que realizava em São Paulo, chegando uma vez ao valor de R\$ 5.000,00 somente em discos: LPs e *singles*.

Ele não informa o número exato de discos de vinil que possui, mas calcula a coleção de outra maneira: 6 metros de vinil. Como os outros entrevistados, divide sua coleção em gêneros musicais e, depois, em ordem alfabética, fazendo questão de informar que tinha uma parte dedicada só a “discos ruins”, que ele separava da coleção tradicional e utilizava somente para compor *samplers*. Isso demonstra não apenas certa obsessão que parece marcar os

coleccionadores, assim como certas idiossincrasias: pelo volume e pelas peculiaridades, pode-se inferir que a relação com os vinis estabelece padrões de escuta diferenciados de um ouvinte de música ocasional, marcado muitas vezes pela tutilidade ligada aos processos de audição.

Daniel Aragão informa que não fez uma última contagem da sua coleção, que está entre 2.800 e 3.000 discos, “sem contar com os que estão na casa da minha mãe, que eu nunca conto”. O entrevistado também investe bastante em sua coleção, sempre comprando discos originais da época e investindo em raridades, como o Tim Maia *Racional* Vol. 1, que fez questão de mostrar, apesar de sua casa estar em reforma na ocasião, e os discos ainda não reorganizados. Ele explica por que coleciona LPs e não outros objetos culturais, até dando características de um ser vivo, uma organicidade aos seus discos:

- Tipo assim, eu não coleciono nem filme, nem livro, tá ligado? Aí, por exemplo, o vinil, a música é muita emoção contida e tal, mais sentimento, aí você pode reproduzir várias vezes sem se entediar. Até um filme pode, mas o tempo pra você reabsorver um filme tem que ser mais longo, tipo, você vê um filme hoje, aí daqui a dois anos você vê de novo aí percebe coisas novas, esquece, etc. Mas música não, música eu posso escutar agora, sei lá, durante a semana um disco só, você não fica entediado. Aí o melhor objeto pra colecionar seria o disco, porque ele comunica logo, não é denso demais, você não tem que se dedicar muito a escutar uma música, parar muito, parar as coisas que tá fazendo. Mesmo que eu goste de parar pra escutar música, mas você tá mais lá no dia-a-dia, entendeu? Aí se fosse pra colecionar ia ser disco. E o objeto ele chama, aí eu não sei o que eu vou escutar, aí eu tou vendo assim, aí eu sei o que eu não quero escutar, aí você vai passando, passando, passando, aí você puxa um motivo pra escutar, aí você vê, ele olha pra você: pô, eu acho que é esse aqui. Aí olha pra capa, aí vê, aí “eita, porra, acho que a vibe é essa”.

Ele continua a garimpar, apesar de concordar sobre a situação dos sebos do Recife, como descreveu Justino mais acima. Daniel indica apenas o Musikantiga, do vendedor Aníbal, como ainda um bom lugar, mas só para comprar música nacional, pois prefere comprar os discos de artistas estrangeiros em suas constantes viagens a Los Angeles. Se referindo muito a essa cidade durante toda a entrevista, o DJ afirma que lá os LPs são muito mais baratos, dizendo, inclusive, que encontrou por U\$2,00 um disco que viu em São Paulo por R\$100. Em Los Angeles, segundo ele, é possível garimpar LPs em melhor estado de conservação e com prensagens de melhor qualidade. Aragão também compra pela internet e reclama da tributação de 60% para receber discos importados em casa.

Justino Passos, Renato da Mata e Daniel Aragão dividem um apreço maior por música negra norte-americana, como funk e soul setentista, geralmente o som que embala suas festas. Também colecionam música nacional, mas não dão tanta ênfase como os DJs Pós e 440, os quais investem mais na discografia de artistas brasileiros, que moldam o Melodia de Bodega e a Terça do Vinil, respectivamente. De todos eles, Daniel foi o que apresentou mais minúcias

para comprar LPs e explicar por que se liga mais a um determinado gênero musical, como a fala abaixo demonstra:

[...] quando eu boto um disco dos anos 70, que ele foi fabricado nos anos 70, original... Eu não compro disco relançamento, reissue, não compro, tá ligado? Porque eu acho que já manipularam o som. Você bota um disco da época, aí meu irmão, não tem como não ser o som que se escutava na época, na minha cabeça. É o som que o artista estava escutando, sabe?

Já Justino Passos pensa ao contrário, dizendo que não tinha “esse tipo de *fetichê*” e até ironizando essa preferência de alguns colecionadores: “Eu acho é ruim, por exemplo, o cara tem o disco Tábua de Esmeraldas [disco da década de 1970 de Jorge Ben]. O novo é melhor a qualidade do que o original, inclusive [...]”. Nessa fala fica claro que o conteúdo negativo do fetichê é usado pelo DJ, como descrito no item 1.11.3, e o associa a visão do colecionador mais tradicional que as pessoas têm, do colecionador “nerd”, que valoriza os mínimos detalhes, como o ano da prensagem, versões diferentes do mesmo disco (capa, som mono ou estéreo etc), formatos, entre outros.

Esse tipo mais detalhista de colecionador parece se encaixar no perfil de Daniel Aragão, que mostra obsessão pela sonoridade produzida nos anos 1970, tanto que procura comprar até toca-discos e equipamentos de som fabricados nesse período. Ele afirma que começou sua coleção de LPs para escutar o som como se ouvia naquela época, defendendo enfaticamente uma melhor qualidade sonora do que qualquer outro tipo de mídia.

A afirmação acima também mostra um valor em termos nostálgicos, pois idealiza esse período como uma época de ouro da música e dos equipamentos analógicos de som. Quando o DJ consegue os objetos dessa época, é como se pudesse estar em contato com esse período, com a sonoridade ideal, “é o som que o artista estava escutando”. De fato, seus argumentos são embasados em muitas leituras e grupos de discussão online dos quais ele participa, sobre equipamentos de som, e muitos músicos e pesquisadores concordam que a década de 1970 foi o ápice do desenvolvimento de equipamentos de som analógicos, muito também porque a década posterior teve mais investimentos da indústria na tecnologia digital.

Continuando no campo da nostalgia, Daniel corrobora o que Benjamin (1995) colocou sobre a paixão do colecionador ser movida pelas lembranças, inclusive acionando seus LPs como propulsores de memórias, o que não aconteceria com a música digital. Não só pelo fator visual e tátil do LP, mas pelo ato de comprar, de dispendir um esforço econômico ali, como citou Reynolds (2011) quando discutiu a banalização do ato de ter/conseguir música a partir de sua digitalização: “Porque quando você tá comprando disco, o ritual de comprar disco, ele faz com que você dê afeto ao ato, tá ligado?”. Segue a fala de Daniel:

- E tem essa coisa, né? O colecionismo é como se ele fosse... é uma coleção de memórias que você tem, né? Sobre sua própria vida, tá ligado? Querendo ou não, você compra um disco aí você sabe “escutei aquele disco” ou se não você vai comprando, vai escutando, aí você vai lembrando da sua vida. Aí, às vezes, com música nova eu não tenho essa relação muito, porque eu não tenho disco. É como se eu não tivesse assinado embaixo, assim, tá ligado? Eu escutei uma música que a galera posta, música nova, aí eu acho do caralho, mas aí o artista só tem um soundcloudzinho lá, aí eu esqueço que escutei, tá ligado? Alguém vai tocar, aí eu vou lembrar, talvez, no futuro, entendeu? Mas eu não vou tar ciente disso, eu não vou tar com o disco aqui que eu vou lembrar que eu tenho, que eu gastei dinheiro nele etc.

Outro dos entrevistados que também apresentou conteúdo nostálgico na sua fala, mas de uma maneira totalmente diferente, foi Gerson Flávio, o DJ Pós da festa Melodia de Bodega. Com um discurso não ligado à técnica e sim a um passado romântico, ele coloca o poder que os LPs têm de transportar as pessoas para outra época, falando que um dos pontos mais importantes que o fizeram criar a festa foi a afetividade da música, potencializada pelo vinil:

- O vinil permite a gente fazer uma viagem no tempo, assim, trazer recordações das pessoas. Tem gente que vai lá, olha e ‘toca esse aqui pra mim’, aí quando toca, se emociona, se aplaude, ou às vezes até greia mesmo que faz. Mas é uma coisa que essa mídia permite fazer, fazer viagens. E isso toca no sentimento das pessoas. Aquelas horas que você passa ali, você tá estreitando laços de amigos, tá namorando... Eu lembro, muitos amigos começaram a ir lá, que eu nunca mais tinha visto, pessoas se reencontrando [...]

Ele conta a história de um policial, frequentador da Melodia, que foi falar com ele chorando uma vez, pois havia se lembrado do pai, escutando o LP de Agostinho dos Santos que tocava. Também conta histórias de músicos “das antigas”, que tocaram com grupos como Renato e Seus Blue Caps, e vão para lá recordar aquele tempo. Dessa maneira, fica evidente o conteúdo nostálgico que permeia tanto o discurso do discotecário como alguns momentos da festa - no início, umas 18h, o evento recebe um público mais velho, e o DJ toca mais essa velha guarda da MPB.

Mas, posteriormente, Gerson também diz acreditar que a volta do vinil não tem nada a ver “com saudosismo, pelo menos não dos mais jovens”. Essa contradição está presente, da mesma forma, no repertório de sua festa: Nelson Gonçalves e artistas que se associam à novidade na música nacional, como Anelis Assumpção e Nação Zumbi, convivem e trazem endereçamentos ora nostálgicos, ora do novo, por meio dos LPs. Ele até cita o sentimento de estranhamento e surpresa do público mais jovem, que nunca tinha visto a música sair de um LP e um toca-discos, e que pais às vezes levam seus filhos crianças para mostrar esse evento.

Se não se nota um padrão homogêneo nos modos de garimpar, classificar e buscar LPs, fato que pode ser diferenciado inclusive por distinções econômicas, como possibilidades

de viajar ao exterior, ou singularidades no modo de organizar os discos, por outro lado, apesar de alguns não se reconhecerem no rótulo “coleccionador”, a ideia de busca, de relação tátil e do diferencial da coleção acabam sendo uma base comum a todos os entrevistados. Não é o caso de se estabelecer um mesmo padrão de colecionador e sim o fato de a própria ideia de discoteca marcar as relações com o vinil de todos os entrevistados.

Seria interessante ressaltar esses percursos de abismos e contradições para se enredar com a própria história da afirmação do disco como mercadoria e peça de coleção, pois se antes o LP era o carro chefe dos negócios de uma indústria editorial, centrada na venda do produto físico, isso não significa esquecer que essa mesma indústria fomentou a ideia e o desejo do colecionismo através dos ciclos de lançamentos, da valorização da erudição de uma “discoteca”, bem como nos investimentos nas imagens e na própria noção de obra. Hoje, surpreendentemente, esse caminho parece ter sido em parte invertido, com o fim, em um primeiro momento, da mercadoria física, mas parecem ter permanecido formas de colecionismo, que por caminhos inesperados acabaram até por fazer ressurgir, mesmo que em pequena escala, o mercado dos LPs.

4.2 MATERIALIDADE

Partindo da premissa de Gumbrecht (2010) de que todo corpo material produz um efeito de presença, resolveu-se juntar os dois temas, já que a performance do DJ é analisada a partir da interface homem-máquina, ou seja, o que permeia a análise no caso dos DJs de vinil é a interface “DJ” - “toca-discos/LPs”. Esses termos se ligam ao que Felinto (2001) coloca como o conceito de *acoplagem*, em que corpos e campos diferentes de significação vão se juntar para produzir um sentido diferente de quando interpretados separadamente:

No esquema de Hjelmslev, tanto a substância do conteúdo como a substância da expressão necessitam adotar uma forma para que possam funcionar como operadores potenciais de significado e significante. E mais que isso, devem em seguida acoplar-se para converterem-se em sentido articulado. [...]

O conceito de acoplagem, acima mencionado, é de fundamental importância [...], ele pressupõe um processo de interação entre dois sistemas. Por exemplo, a interação do meu corpo com o computador no qual datilografo este texto. Mais ainda, a interação de meus sistemas mentais com o programa de computador que utilizo. Essa interação engendra um *ritmo* que é peculiar à coordenação entre os dois sistemas (FELINTO, 2001, p.11, grifo do autor).

Em todas as falas, ser DJ de vinil faz “A” diferença, mesmo que seja somente para o profissional entrevistado e que ele não concorde que o público sinta o mesmo. As qualidades sonoras, táteis e visuais dos LPs, que tanto foram colocadas na pesquisa de Yochim e

Biddinger (2008), estão nos discursos dos DJs, associadas ora às técnicas de djing, ora à sonoridade, ora ao visual e até em termos de ser mais respeitado profissionalmente no universo da discotecagem. Essas qualidades são afastadas no tocante ao mp3.

Para o DJ 440, seu público não percebe a diferença sonora, mas o “visual” do disco de vinil é o grande atrativo da sua festa, do qual o público não abriria mão, e o DJ de vinil é mais respeitado que os que se utilizam de outras mídias. Ele acrescenta outros fatores que o levaram a escolher o vinil, além do som:

- Acho que o vinil tem uma coisa que o pendrive, o laptop, o CD não tem, né? Que é o visual. Eu sou um cara muito visual: eu gosto muito de ver um bom prato, um bar bonito, uma mulher bem vestida... Enfim, assim, eu acho em outra vida eu era designer [risos]. Não sei, eu gosto muito do visual. E acho que o vinil além da música, da sonoridade, que eu acho que é mais quente, você pegar o vinil: o formato, a capa, você abrir o encarte... Pô, isso aí é indescritível a sensação. Eu também toco com o computador, né? Eu já toquei com CD, com CDJ... Hoje em dia eu uso um computador e uma controladora MIDI, mas, assim, não é o mesmo tesão. Apesar das facilidades de carregar, de tudo, por incrível que pareça o vinil eu tenho mais prazer de tocar. Não é como você comparar um fusca com um carro importado, cheio de coisa, não é bem assim. Acho que o charme, o cheiro, o tato, todos esses elementos fazem do vinil uma coisa diferente. Tanto que se eu fizesse a Terça do CD, ou sei lá, Terça do Mp3, talvez não daria tão certo. Até porque as pessoas também têm essa coisa, não é só eu. Acho que as pessoas vêm porque elas podem pegar no disco. Eu deixo as capas do que tá tocando sempre na frente, a pessoa pode vir, pegar, olhar, mostrar pros amigos. Você vê a música, né? Você vê aquela coisa girando e tá saindo música dali. Eu acho que isso aí é foda. Não tem tecnologia à vista ou atual que seja tão legal assim.

O DJ costura toda a materialidade dos LPs como capa e contracapa, encarte e peso com a performance do DJ e como essa relação sensorial mediada pela visão e tato são determinantes na escolha das pessoas por esse artefato cultural. Isso mostra um trabalho de acoplagem que trabalha por meio da sinestesia, realçando o fato de que essas escutas envolvem o tato e a visão.

No mesmo sentido, Justino Passos coloca essas características materiais tanto como determinante para a coleção - “[...] tem a coisa do desejo, do pegar. Eu até brinco assim, botar vinil é como se você tivesse pegando na música, entendeu? Porque a música digital é um número, né? Você vê ali um número e o vinil você vê a música passando fisicamente” - quanto como determinante na escolha de tocar com vinil profissionalmente:

[...] eu tocava com o vinil por uma opção de técnica mesmo, de achar a qualidade do som melhor [...]. Fiz umas tentativas de tentar tocar com controladora mas não consegui não, travava [...] não tive paciência não. Eu comecei a sentir a necessidade de melhorar minha performance como DJ [...].

Porém, para Justino, o público não nota nenhuma diferença na performance do DJ, seja sonora ou visual, e coloca isso de maneira brusca: “Pras pessoas tanto faz se você está

tocando no Traktor⁴⁹ com um mp3 de compressão 128 ou um vinil. Tanto faz para as pessoas. O público não exige, não é exigente não. O público é burro”.

Seu parceiro de pick-ups, Renato da Mata, também acha que o público não consegue diferenciar o som dos LPs, mas discorda quanto ao visual. Por ser o único dentre os outros DJs que toca com toca-discos na festa Quinta Black, do Downtown Pub, ele conta que às vezes as pessoas vêm falar com ele e elogiar sua performance, dizendo que ele é o único que é DJ de verdade. Ele discorda e até coloca que durante sua trajetória profissional aprendeu muito com discotecários que fazem uso de CDJs e admira muitas dessas pessoas. Mas que, por uma opção de técnica e gosto pessoal, e por ter crescido no universo do rap, só gosta de usar suas MK-II. Porém, antes disso ele aponta duas razões para ter se encantado com os LPs:

- Acho que na real, o lance maior disso aí foi eu ter me encantado pelo lance do disco girar, sair música e eu ficar observando aquilo ali e ficar vidrado naquela coisa assim, viajando. Como é que essa porra de plástico gira, com agulha e sai som. Eu acho que foi isso que me deixou mais a fim de conhecer essa cultura vinil e o lance do preço. Porque era muito mais acessível você comprar um vinil no sebo do que um CD na loja, tá ligado?

O preço também foi um atrativo para começar a consumir os bolachões, já que a época era de popularização do CD. Isso foi mudando à medida que o DJ evoluiu como profissional, melhorando suas técnicas e tornando-se mais exigente, pois, como vários dos entrevistados, ele acusa a prensagem de discos nacionais de ser bem inferior aos importados e diz que precisou cada vez mais investir nos LPs estrangeiros, por uma preocupação com a qualidade sonora de suas performances:

- E foi aí que eu comecei a pensar: tenho que comprar discos, tenho que comprar um *headphone*, tenho que comprar agulhas de melhor qualidade. Aí quando eu fiz minha primeira compra de disco, eu gastei uma nota preta... E quando chegaram os discos e eu consegui escutar os discos assim e mixar as faixas e sentir a porrada da masterização gringa, né véi, no vinil, foi aí que realmente não tinha como... Eu já tinha uma relação muito forte com o disco e quando eu consegui pegar os discos gringos foi aí que eu consegui, com técnica, consegui fazer o que eu tava pensando e ter a resposta na caixa, do que eu queria que saísse na caixa. Que era aquela porrada que eu queria que tivesse, o som, o rap batendo nas caixas. E mesmo com todo o peso, mesmo com toda dificuldade, eu jamais senti graça em... Toda a minha carreira eu tive CDJ, mas sempre um CDJ de *backup*, [...] e se desse um pau em algum toca-disco eu tinha um CDJ ali pra me auxiliar, tá ligado? [...] Mesmo tendo CDJ toda minha carreira, desde o começo [...] eu nunca senti a menor graça em tocar de CDJ.

Apesar de manter uma relação de respeito com outros profissionais que usam CDJ e não toca-discos, Renato não gosta de tocar digitalmente, mesmo hoje em dia tocando com

⁴⁹ *Software* para DJs profissionais que simula um *mixer* analógico.

Serato⁵⁰, que ele diz conseguir manter a relação analógica com o ato de tocar. Ou seja, a experiência tátil, da ordem da materialidade que a mídia invoca, mesmo não estando mais presente (no caso do Serato), é o que vai contar. Há uma invocação da cultura do DJ de vinil como parte de sua identidade, como uma escolha de vida, uma acoplagem muito mais profunda do que somente de um discurso de ordem técnica:

- Eu nunca senti muita graça em tocar digitalmente, por mais que hoje eu toque digitalmente no Serato, mas tem uma relação analógica com as mãos e os toca-discos, simula totalmente ou 99% do que o cara faz com os discos, e minha formação todinha foi de ouvido, foi uma formação analógica, eu aprendi a mixar com o ouvido, tá ligado? Claro que tem as contagens matemáticas, mas o ouvido é que faz você ter esse tino de aprender e saber o que tá fazendo mesmo... Eu nunca senti vontade de mudar, mesmo com todo o peso, toda a dificuldade, com essas viagens que eu passei tipo, sei lá, dez anos viajando com cinco volumes que um ser humano não consegue carregar sozinho. Eu me estrepava todo, mas era aquilo que eu tinha escolhido. O perfil era toca-disco, eu já tinha uma coleção, já tinha proximidade mais com o disco e não tinha nenhuma relação legal com CD. [...] Sei tocar com CDJ, mas não toco, não peço isso no *line-up*, tá ligado? Eu peço toca-disco porque é o que me dá prazer, eu sinto que ali é que eu faço realmente a coisa acontecer, na minha visão. Eu tiro sons que CDJ não tira, claro que existem CDJs que já simulam o toca-disco, mas não é igual.

Também mostrando muita preocupação em relação à qualidade sonora, Daniel Aragão assinala que isso é o que mais o motiva a consumir e tocar com LP, e que, segundo ele, pode proporcionar um impacto sonoro muito mais potente que outras mídias. Mas poder pegar e ver o objeto também conta:

- O vinil é autoridade por causa do som, mas também não só por causa do som. Porque a gente viveu uma época muito de mp3, aí quando eu redescobri o vinil, aí ele veio como uma forma de eu me relacionar com a música mais rápido, entendeu? Com o objeto físico assim, tipo “Ah, beleza, tá aqui. Ah, os discos tão aqui”, aí eu olho assim e tiro, tá ligado? E a gente vive no computador, trabalha no computador, aí tipo se eu deixasse o hobby da música relacionado às pastinhas do computador, aí eu não... Eu fui perdendo essa vontade de escutar música browseando no computador. Tanto que as músicas quando eu tou discotecando muito aí eu puxo da cabeça assim, tá ligado?

Daniel junta a função de colecionador e DJ como análogas e quase inseparáveis, pelas características materiais/visuais do LP, e concorda com o DJ 440 que isso é percebido pelo público e, por essa razão, ele não gosta de tocar com outras mídias. Essa afirmação parte de um discurso de ordem técnica também, e não somente estética:

- Eu não gosto de botar em outro formato, não dá pra botar. Mas, às vezes, quando rola uma insistência, [...] ou então você vai tocar um pouquinho só, estrutura

⁵⁰ O DJ Justino Passos explicou o que era Serato, em um trecho transcrito no corpo do texto mais adiante. Mas ele será repetido aqui para facilitar o entendimento: “Serato, que é um *time code* de vinil, né? Que é um vinil mesmo [formato de vinil] que em vez de ter sulcos, ele tem códigos gravados na mídia. E a agulha normal, agulha de toca-disco normal, ela lê os códigos em vez de ler as frequências dos sulcos. E aí ela manda pro Serato a informação do que eu tou fazendo com o disco na hora. É tipo um vinil digital: na verdade a música sai digital, ela não sai analógica, mas a manipulação dela é analógica”.

mesmo, tá ligado? Mas eu evito, assim. [...] O bom do disco é que, com você tocando com vinil, é que a presença dele, ela não é só percebida por quem tá tocando, entendeu? Ela é percebida pelas outras pessoas também, sabe? E a alteração do tempo é mais precisa, você vê a coisa circular lá, sabe? Você conhecer um disco aí você sabe que você pode parar na faixa, entendeu? Aí é mais assim, um desafio também, saca? É um desafio mais interessante. Por exemplo, se você errar no vinil, sei lá, você errou, pulou a agulha, aí você desacelera assim, aí muda pro outro, tá ligado? Aí fica mais interessante assim o erro. Aí no mp3 não, aquela coisa assim “ah, tá aqui, ah tá esperando acabar, pá”, tá entendendo? E até a coisa de procurar no mp3 não é tão interessante, tá ligado? Aí também essa coisa “ah, vou escutar uma música, um disco agora”, aí eu tou olhando as capas assim, pá, pá, pá, pá, aí na hora, na festa, também faz diferença, tá ligado? [...] Aí você tem mais referência do que você tem na hora, até quando você tá discotecando, aí você passou por um, aí você “Eita, esse eu vou botar depois. Deixa eu ver aqui como vai ser a sequência”. Até com 45 rotações, eu não gosto tanto como os discos, tá ligado? Porque quando eu tou tocando, eu levo os LPs com a capa e tudo, aí você vê mais.

Nessa fala é notável a distinção que ele faz do DJ de LPs para aqueles que usam mp3, enfatizando que até o erro, quando se toca com vinil, é mais interessante, já que, para ele, tocar com vinil “tem cerimônia”.

Ao mesmo tempo ele discorda, em parte, dos outros DJs, ao dizer que o público pode, sim, dependendo do caso, diferenciar o som do vinil das demais mídias. Daniel reconhece que é muito difícil, para um público não acostumado a ouvir LPs, notar alguma coisa a mais, porém afirma que já conseguiu criar essa sensação em apenas três festas, em que o som estava como ele queria, no JK, e que o público sentiu uma diferença enorme no som, sendo até a frequência sentida pelos corpos.

A relação visual que o artefato implica está relacionada, na fala de Daniel, até como algo mais profundo: ela está inserida no próprio entender e gostar de um artista; como se fosse possível compreender melhor esteticamente a banda quando se estabelece um contato visual com elementos de design dos LPs. A fala do entrevistado corrobora a visão de que a música popular não pode ser separada de seus outros elementos performáticos:

- Antigamente, também, as capas se comunicavam de uma forma que hoje não se comunica. Tipo, você passava a ideia da música pela capa, aí tinha uns contrapontos musicais, tipo tinha um disco do Funkadelic, do Parliament, aí tem uma capa muito comédia, meio bizarra, meio que tirando onda de filme de terror, meio uma sátira. Aí você fica pensando “pô, é um negão vestido de Frankenstein, não sei o que, por que que ele tá dizendo isso?”, aí você fica viajando nisso. Aí você vê as letras das músicas que não têm nada a ver com essa capa, saca? Mas você começa a criar o personagem que foi induzido pelo artista, pra você ler aquelas músicas como se fosse aquele cara cantando, aquele cara que tá fantasiado, entendeu? Você começa a rever a música por causa disso. Se eu pegar e só escutar a música eu não ia ter referência visual, referências... ia perder as referências. Por exemplo, eu baixei a discografia de Frank Zappa uma época, eu saia escutando e tal e eu não entrava no disco nem a pau, velho, nem com o caralho. Aí eu compreí, sei lá, aquele In Need For The Money, o disco do caralho assim, aí você vê os caras e começa a entender a música mais, tá ligado? A figura da galera, aí tem uns encartes doidos, uns desenhos... tava tudo muito conectado.

Também falando muito sobre as capas, encartes e tamanho dos LPs, o DJ Pós, da Melodia de Bodega, coloca essas qualidades como propulsoras de uma experiência mais profunda com a música, mas também ironiza pessoas que dizem gostar do chiado do vinil, pois, para ele, o som também é melhor que em outras mídias:

- Tem gente que fala do chiado, “ah, o chiado do vinil é interessante”. Falam “Eu gosto de ouvir o chiadinho”. Porque o vinil, quando ele tá meio estragado, ele dá uma chiada. Enfim, essa coisa do tamanho, né? A própria capa. Pô tem capa de disco que... Pega o *Paêbirú*, por exemplo, você vai olhar, é um álbum! Têm uns discos que são verdadeiros álbuns. Eu tenho um disco lá do Pepeu Gomes, que ele gravou no Festival de Montreux, aí tem um pôster, velho. Um super pôster do Pepeu tocando, assim. Quando eu comprei, o pôster já tinha uns furinhos de traça [...]. Mas eu conservo aquele disco lá. É lindo. O pôster é massa, muito massa. Aí essas coisas que... Tem encarte, tem muita coisa legal no vinil, né? Acho que isso se perdeu, essa parte gráfica, visual, do disco. [...] Eu tenho um disco do Itamar, o *As Próprias Custas*, que ele é vermelho, parece aqueles discos de história infantil de antigamente [risos], que saia uns discos coloridos.

Além da semelhança que divide com a Terça do Vinil, por ser uma festa de rua e com o foco do repertório mais centrado em música brasileira, Gerson também expõe a capa do disco que está tocando no momento e gosta de conversar com seu público, seja no tête-à-tête, seja no microfone. Isso, segundo ele, é parte da performance do personagem DJ Pós, que ele criou:

- Eu me lembrei daqueles parques de diversão que existiam antigamente. Nos parques de diversão, das rodas gigantes e tal, nos interiores, era assim. Naquela época não existia CD, só vinil: disco e compacto, aí o cara tinha lá uma radiolinha, uma cabinezinha assim, um cubículo. Parecia um estúdio de rádio comunitária. Aí tinha lá um toca-discos, uns disquinhos velhos e tinha um microfone. Aí ele ficava mandando mensagens, ai dizia “Oh, agora fulano de tal vai oferecer uma música pra aquela menina de vestido vermelho”. Aí tocava a música e isso ainda cobrava uma taxinha lá, 50 centavos. Tinha uma fichinha! Eu já tentei fazer isso lá no Melodia, sabe? Uma fichinha que aí você preenche, aí você se descreve, descreve a pessoa [risos]. É muito legal e eu viajava muito nessa história. Aí eu também fico pensando assim, tem muita gente que corre lá e fala assim “Que som é esse?”, né? E antes que a pessoa venha ou nem sempre a pessoa tem coragem de sair lá da mesa e vir aí eu falo “Esse aqui agora foi Itamar Assumpção, foi Tom Zé”, né? Se você produzir bem, isso mesmo, dá pra virar um programa de rádio. [...] E aí no Dia da Mulher mesmo, eu chamei a menina da SOS Corpo que tava lá. Foi lá e falou 3 minutos, assim. Mandou um recado. Eu acho que é esse espaço, né, de... Tem um pessoal da Bicicletada que vai lá. De vez em quando eles vão lá e “Pode dar um recado aí?”, aí vai e dá o recado. Eu fico interagindo com esse público, com o público que tá ali. Eu acho que esse é um espaço legal, nesse sentido.

O DJ continua falando da sua relação com o público e chama a atenção para afirmar que parte disso tem a ver com a materialidade dos LPs:

- Tem DJ que não gosta dessa aproximação, que não quer que o cara vá lá e peça pra tocar isso e tal. Eu gosto dessa relação: o pessoal vai lá, conversa, pega o disco, fala. Rola mil papos ali, eu acho que isso é interessante. Isso atrai também uma galera. Tem cara que chega lá e leva o amigo e “Olha, vem ver, dá uma olhada”, ele quer mostrar os discos.

E num sentido parecido com o que Daniel Aragão fala, da simbiose de função entre DJs e colecionadores, Gerson atribui sua performance como DJ como da ordem do compartilhamento de conhecimentos, algo semelhante também ao que Renato da Mata afirma sobre a primeira necessidade de ser DJ: “Pra mim tem esse sentido,[...] eu considero a discografia um campo tão vasto e importante de conhecimento, como o campo bibliográfico, né? Então, eu tou tornando acessível esse acervo”. Isso parece corroborar a ideia de que um dos pontos importantes na permanência dos DJs de vinil está relacionado à sua atuação como uma espécie de “curador musical”. Mesmo que esse rótulo possa ser estendido aos DJs em sentido amplo, parece que as capas, o garimpo nos sebos e os aspectos míticos dos vinis acabam reforçando a importância da curadoria nesse universo.

A escolha do entrevistado de tocar com LPs devido às qualidades táteis e visuais do artefato fica clara quando se questiona por que não tocar com computador. É interessante observar que mesmo possíveis desvantagens da mídia, como ter que limpar ou perder um disco, são valoradas positivamente:

- Ah, eu nunca discotequei e acho que nunca vou discotecar. Eu acho um saco! Ficar numa lista, assim, procurando... Pra mim, o movimento, até com CD mesmo, ou vinil, ele me promove uma adrenalina, sabe? Entre uma música e outra, às vezes, eu escolho e des escolho três vezes, três músicas: “Eu vou tocar essa. Não, não é essa, não.”, aí eu vou mexer, “Ah, é essa aqui! Não...”, aí a música tá acabando [risos]. Esse movimento é muito legal. [...] E também olhando o movimento das pessoas, se elas tão curtindo, dançando numa festa. Aí quando você tá com aquela lista... É um gesto mais frio. [...] Eu acho assim, pra mim a diferença tá na frieza, um movimento mais tecnológico. E a coisa do analógico mais artesanal, mais manual. De lidar com a mídia, de limpar... Eu mesmo gosto quando eu termino de usar o disco eu passo um pano nele, aí ponho no plástico, às vezes coloco lá na ordem alfabética [...]. Mas no mp3 você não tem isso, não é? [risos]. Tem esse movimento. Às vezes você troca a capa do disco e fica doido atrás do disco [...]. Com mp3 isso é impossível, isso não acontece.

Gerson revelou na entrevista que também toca com CDJ na Melodia de Bodega. Apesar de também ter CDs na coleção e levar vários para sua discotecagem, ele diz que não gosta de usá-los na Melodia, que fica “acanhado” de tocar com CDs. Mas que os leva porque tem muitos discos que ele quer tocar e que ainda não foram lançados em vinil, por exemplo um CD de Siba que uma vez tocou e veio um frequentador da festa correndo para ver o “vinil invisível”.

Apesar de, em um primeiro momento, termos uma tendência a destacar os aspectos sonoros, na verdade, como já apontou Walter Benjamin ao falar de cinema e modernidade, um dos aspectos que se sobressai aqui é uma espécie de sinergia dos processos de escuta em que o sonoro parece conectado aos aspectos táteis. Um dos diferenciais da materialidade do vinil

seria essa capacidade de tocar, a necessidade de manuseá-lo, todo um ritual que envolve inclusive o modo de colocá-lo na capa, que exacerbaria o aspecto tátil-corporal dessa escuta.

Essa sinergia de aspectos táteis, visuais e sonoros parece apontar para um diferencial de opção de escuta dos LPs, o que seria uma das bases para a emergência (ou mesmo para o efeito de presença) que amalgama DJs e vinis. Também não é nenhuma novidade na música popular que há um entrelaçamento das escutas aos aspectos imagéticos da sua capa, como capas que ficaram tão importantes e enraizadas na cultura quanto o próprio disco: *Dark Side of the Moon* do Pink Floyd, *Sargent Peppers* dos Beatles, Todos os Olhos de Tom Zé ou Índia de Gal Costa.

4.3 CIRCULARIDADE/LOCAL

As falas dos DJs entrevistados mostraram graus de valoração bem diferentes quanto à importância da espacialidade, dos lugares onde suas festas aconteciam. Porém, mesmo aqueles que não deram muita ênfase ao espaço geográfico — e a sua transformação em lugar — ou à importância da festa e do LP como geradores de significações, sociabilidade e vida cultural, percebeu-se, mesmo que inconscientemente, que a noção de circularidade estava presente de alguma maneira em seus discursos.

O DJ 440 identifica que a Terça do Vinil funciona melhor em espaços abertos, em contato direto com a rua. Não é por acaso que ele associa a ideia de “sucesso” e de que “funciona melhor” quando o lugar tem essas características. Ele se refere a Bodega de Veio e o atual lugar, Casa da Moeda, como “tendo tudo a ver”: locais abertos em contato direto com a rua, funcionando em lugares históricos de Olinda e Recife, respectivamente, e que atraem um público específico. A Terça do Vinil, por ligar-se mais a uma prática de bate-papo, como música de bar e podendo até mesmo favorecer um ambiente para uma escuta mais dedicada do que uma pista de dança, carrega essas características que contribuem para transformar o espaço que ocupa em local significativo.

No caso da Magia Negra, Justino Passos ora atribui peso ao local da festa como importante e com ligações de afinidade ora as nega; afirma gostar de um tipo específico de local e depois parece ignorar a própria afirmação. Primeiramente ele coloca:

- O lugar era um astral da porra, um lugar do caralho, assim [Capitão Lima]. É pequeno, sabe? Virava um inferninho mesmo. Aquela cultura do inferninho mesmo, né? Não gosto de tocar em lugar grande. Não tenho nem muito prazer nisso. Eu toquei algumas vezes na Sala da Justiça [festa da prévia de um bloco de carnaval homônimo muito famoso]... Porra, tocava sem muito prazer, assim, 15.000 pessoas, né?

Para, logo depois, afirmar:

- Apesar de que pra mim a maior Magia Negra que rolou em todos os tempos foi numa tenda eletrônica da Tomazina [rua localizada no Recife Antigo que, tradicionalmente, ocorre uma programação alternativa dos festejos de São João, promovida pela Prefeitura do Recife] que teve. Mermão, eu saí de lá tremendo, velho, assim, da energia do lugar. Foi realmente incrível, velho. Tinha mais de 5.000 pessoas na rua.

Em outro momento, ele defende que o disco de vinil não tem mais o poder de mudança na vida cultural de uma cidade e chega a reafirmar isso em relação ao espaço em que a festa se realiza: “Acho que o lugar não tem nada a ver não. A energia do som que valia”. Além das contradições na própria fala do DJ em relação a seu lugar preferido para tocar, e de ele colocar que a mídia que utilizada na performance não faz diferença para o público, Justino dá ênfase, com um breve histórico da sua festa e como ela circulou até mesmo fora de Recife, à importância que teve para uma cena cultural local:

- Um dia eu chamei ele [Renato da Mata] pra tocar comigo, no Capitão Lima. Que eu tocava lá, de vez em quando eu tocava lá sozinho. Aí convidei ele pra fazer o Magia Negra, aí ele topou de cara e... No primeiro ano [2005] a gente já fez turnê até em São Paulo, cara. A gente passou uns quinze dias, vinte dias, lá em São Paulo, tocando em várias casas. Na época a gente tocou no Studio SP, tocou no Milo Garage, que era um inferninho que tinha em São Paulo, que era bem da moda, assim. Tocou num bar chamado São Paulo de 4, lá na Vila Madalena. Aí pronto, 2007 também foi um ano bom pra a gente. 2008 a gente saiu do Capitão Lima, que era lá, né? Na verdade a gente construiu uma noite na Rua do Lima, né? Porque não existia nada na Rua do Lima... Era o Capitão Lima, mas abria, era um barzinho... Assim, o Magia Negra que começou a movimentar a Rua do Lima, né? Aí a gente foi pro Bairro do Recife, que já foi horrível, já foi muito ruim. Já era a decadência do Bairro do Recife, também. Na Rua da Moeda, né? Era naquele Mangá, um japonês que tinha.

Dessa maneira, ao mesmo tempo em que associou o apogeu da Magia Negra como propulsora de um circuito cultural na Rua do Lima, também ligou seu declínio à Rua da Moeda, que no momento vivia uma época de declínio na noite recifense.

Renato da Mata concorda com as palavras do parceiro e descreve com mais detalhes esse processo em torno da Magia Negra. Há a explosão não só de bares, mas de outros espaços culturais de moda, fotografia e artes plásticas, o que realmente caracteriza um circuito cultural mais bem estruturado do que parece à primeira vista. Na sua fala há um conteúdo muito forte de distinção através de capital simbólico para justificar por que a festa saiu da Rua do Lima, deixando claro que os gêneros musicais de que se fazem valer os DJs da Magia Negra funcionam como um forte marcador nesse sentido.

- A Rua do Lima fazia dez anos que não tinha nada. Não tinha nenhuma vida noturna, assim, tava morta. Tinha uns sambas de Zé Cafofinho, tinha um barzinho que alguns membros da Mombojó faziam um samba lá atrás, também. Já perto da Cruz Cabugá, já depois da TV Jornal. Mas nunca voltou a ser um polo como era na época do Irmã Bertrice, como tinha uma movimentação. [...] A gente começou a

fazer a festinha lá de graça, eu acho que a gente fazia de graça. A gente tava fazendo a cultura pela cultura mermo, assim, na tora. [...] E essas festas começaram a dar um público bacana, assim, um público inesperado da gente. E começou a bombar pra caralho [...]. E aí assim, quando a gente começou a fazer o Magia Negra, começou a abrir outros bares. Abriu o Quintal do Lima, abriu o Acre, abriu o N.A.V.E., abriu um anterior ao Sétima Arte que é Terraço, nem lembro direito qual era o nome... Abriu o Muda, abriu o atelier de Marcelo Lira, fotógrafo, ali junto com o pessoal do Santo Lima, que é Renato Spencer, é... Todos aqueles fotógrafos ali e tal. E a rua começou a ter uma movimentação cultural. O Recife Antigo tava mau pra caralho e aí todo mundo começou a correr pra lá e ali se tornou... A gente começou a fazer menos festa e se sair até o ponto que a gente abandonou lá e lá continuou tendo vida própria e se tornou meio que um Recife Antigo, tá ligado, velho? E foi um momento que a gente já começou a achar ruim, porque começou a chegar uma diversidade muito grande que apelava pro lance daquele clima, né? Assim, não que eu ache ruim, mas um clima meio Escolinha do Professor Raimundo: o índio, o palhaço, não sei que. Tipo, aí os personagens começaram a chegar aí começou a rolar, tipo, festa de brega, festa de não sei que [...]. Mas que deixou a imagem da rua meio maluca, assim.

Daniel Aragão, diferentemente de Justino Passos, acredita que o disco de vinil tem muita importância na vida cultural da cidade, ainda hoje. Na entrevista, em geral, ele não fala muito especificamente sobre sua festas de LPs serem geradoras de sentido na urbe. Detém-se mais à cultura do vinil, de modo amplo, e fala detalhadamente sobre o espaço de sua casa — que era onde acontecia a festa Tony Montana — como ideal para a reprodução perfeita do som de seus discos.

- Eu tava pensando nisso e é o seguinte: por exemplo, Los Angeles é uma cidade que, de dois anos pra cá, aumentaram, sei lá, vinte lojas a mais de disco. Aí tem uma loja lá que é a Amoeba tá ligado? Se tivesse uma Amoeba aqui a cidade ia ser diferente, tá ligado? A galera ia ser mais culta, respeitar mais a música, respeitar mais o mercado, ia ser outra história porque quando você compra o disco você leva pra casa a música, tá ligado? Você tem um exercício: “eita, vou lá comprar”, tipo tem um processo, não é aquela coisa assim “ah, vou baixar, ou não”, não é assim, é outra história, pô. [...] Pô é muito diferente como as pessoas lidam com a música lá, porque tem um disco lá pra comprar, tem uma loja. Até quando a gente comprava aqui, na época que tinha vinil aqui, CD, quando o CD era uma mídia massa, aí era outro tipo de relação que você tinha com a música. Você ia, comprava, guardava um dinheiro, sabia o que tava comprando, dando um dinheiro pra isso e não pra aquilo, aí é diferente: você não banaliza, não desrespeita, tá ligado?

Ele associa a presença de lojas físicas como um gerador de cultura e vida cultural, e o ato de comprar discos como da ordem de uma valorização da música. Já para que sua festa seja ideal, ele coloca que o lugar é indiferente, desde que tenha um bom equipamento de som. Aragão enfatiza os equipamentos e a acústica do lugar como importantes elementos para se ouvir o melhor som - que seria o do LP - e define sua relação com o som e o espaço: “Eu me considero audiófilo. Mas eu tou virando mais audiófilo. Mas você já não nasce audiófilo não, tá ligado? Nem quando você começa a colecionar, demora muito porque depende de muita coisa”. Nesse momento ele descreve sua sala composta por elementos que auxiliaram o

espaço a oferecer um ambiente propício a uma melhor qualidade sonora, como a piscina que absorve todo o eco. E continua:

- Se o cara for audiófilo de verdade, o cara tem que entrar nesse nível de som de sala. Aí é outra doidera. Porque se o cara não morar num lugar, tipo, o cara vai ter que construir um lugar pra essa sala, aí é muito mais que U\$3.000,00 de uma agulhinha que o cara vai comprar. Ou seja, é outro nível. Eu tou me tornando audiófilo por sorte, por uma conjunção de fatores. Eu não cheguei e pensei assim “Ah, sou colecionador de discos, vou virar audiófilo”.

E continua descrevendo uma miríade de detalhes do espaço, de vários tipos de agulhas, caixas e toca-discos que podem auxiliar a atingir o máximo de perfeição sonora; já que sua contínua pesquisa pelos melhores equipamentos analógicos e de época vêm tornando-o um ouvinte mais exigente. Apesar de já ter discotecado em lugares e festas variadas, ele foi residente apenas do espaço no edifício JK e na sua cobertura no Parnamirim, Tony Montana, onde se ligava mais ao caráter de pista, destinado a fazer o público dançar. Talvez essa obsessão pelos detalhes e a miniaturização na percepção dos artefatos técnicos esteja ligada a uma obsessão maior, o colecionismo, e a própria impossibilidade (já que seria o fim da busca, da procura) de encontrar a “batida perfeita”.

Ele passou mais tempo discotecando em festas na sua casa do que no referido JK, sendo interessante observar que na entrevista ele cita mais de uma vez o lendário DJ nova-iorquino David Mancuso, que colocava som e promovia festas em seu próprio apartamento, chamado The Loft. Daniel acredita que sua casa seja o melhor local para colocar o som de seus LPs, por ter à disposição todos os discos de sua coleção e conhecer bem a acústica do lugar, o que facilitaria até saber o tipo ideal de agulha para se usar naquele espaço.

Gerson Flávio, o DJ Pós, foi o que se mostrou mais consciente em questão de ocupação do espaço urbano, do poder de transformação do ato cultural da sua festa Melodia de Bodega, reconfigurando espaços em lugares cheios de afeto e sentido. Numa fala articulada, ele conta a história da sua festa, construída também por histórias dos frequentadores do bar Bodega do Eduardo, de moradores do entorno e de uma movimentação na vida cultural do bairro da Encruzilhada, traçando assim um perfil de circuito cultural. Pois, segundo Janotti Júnior e Pires:

Entende-se, então, que circuito cultural é uma a variedade de locais que se podem explorar enquanto processos culturais. Ou seja, locais onde seja possível a experiência do consumo musical em seus mais variados tipos. Basicamente, seriam os locais onde se materializam as práticas musicais no espaço urbano (2011, p. 16).

E, segundo Herschmann (2010), é possível identificar protagonismo dos atores sociais. Esse pequeno circuito, talvez em expansão, como sugere a fala de Gerson, formou-se nas ruas

do entorno de onde acontece a Melodia, sendo o público, os comerciantes e o DJ, assim como seus LPs, atores protagonistas dessa formação cultural. Segue a fala:

- A minha companheira, Karine, queria fazer um aniversário. Aí ela falou “Eu vou falar com o Eduardo, a gente podia fazer uma comemoração lá”. Mas até aí a gente não tinha nem pensando em levar som, nem levar disco. Era chamar a moçada pro bar, beber, bater um papo. Aí durante esse processo de conversar sobre a festa e tal, a gente tava tomando uma cerveja na janela de casa, ouvindo vinil na sala do apartamento, tem a vista da Bodega lá de cima. É bem bonita. À noite é que ela fica bonita mesmo, quando ela tá fechada. A casa é de 1900, foi construída em 1900. Aí nisso eu falei “Pô, tive uma ideia, Karine. Tou pensando em falar com o Eduardo. Eu podia colocar esse som lá. Fazer uma festa uma vez por mês, ali. Pra tocar pro pessoal”. E lá sempre, como acontece nos bares, o cara chega, abre o capô, aí fica tocando aquelas músicas de sempre, muita porcaria a maioria das vezes. Aí fui lá, falei com ele, a gente é freguês dele já... Ai ele “Vamo. Traz. Vamo fazer”, assim meio desconfiado. Aí eu comecei a organizar, fiz o cartaz, pus a foto dele [risos]. Ele já gostou de ver a foto dele no cartaz. E aí começamos em maio de 2011 e a programação era fazer uma vez por mês, sempre na primeira sexta-feira [...]. Teve um período em que eu fiz em outra bodega ali perto, que é a Bodega do Hermilo. Ele ficou insistindo comigo para fazer lá, aí fiz uma edição lá. Bombou também [...]. E uma outra vez eu fiz no Acalanto Bar, juntinho ali do Mercado da Encruzilhada, só que lá tem o problema da altura do som, por causa do prédio em cima. E fiz no Jabuti, uma vez. Foi muito legal a do Jabuti, ali perto da praça do Hipódromo, fica num lugar privilegiado, assim num largo. Aí nesse momento eu pensei em começar a fazer um circuito itinerante... Sim, fiz uma vez também em Setúbal, num bar chamado Salve Jorge [...]. Aí eu fiquei pensando em fazer um Melodia que ficasse cada semana num bar, numa bodega, entende? Mas não deu certo, assim, eu não conseguia fechar direito a agenda... Mas eu tou convencido que um dos segredos dali [Bodega do Eduardo] é a periodicidade. O fato de ser uma vez por mês, é um ambiente legal, as pessoas vão, curtem [...]. O lugar é importante, sim. Ali tem umas histórias, assim. Porque até o pessoal do bairro mesmo, no início, as pessoas do bairro, não valorizavam muito. Porque era o estilo de música que elas não gostavam e tal. Aí eu começava a tocar, aí a galera chegava “Não tem um breguinha aí, não? Não tem um funk?”, aí eu falei “Olha, velho, pô todo dia vocês escutam funk, brega... Aí uma vez por mês, vamo escutar uma outra coisa diferente”. Aí nisso, foi passando um tempo e teve momentos que eu ouvi depoimentos que me surpreenderam, sabe? Um cara chegou e falou assim pra mim, eu tava tocando, um cara que frequenta lá a Bodega, ele falou assim: “Essa música que o senhor toca aqui... é diferente.” Aí eu falei: “Diferente como?”. Aí ele disse: “Toca minha alma”. O cara usou essa expressão, entende?[...]. Tou falando do lugar, mas o lugar são as pessoas. [...] Sim e falando mesmo em termos geográficos, a gente também, de certa forma, foi um desbravamento ali. Porque o Torreão ele fica na divisa, ele fica do lado da Avenida Norte. Do lado que o Torreão tá, era um dormitório, só. Tem prédios, casas e tal. Do outro lado você vai pra Rua da Hora, aí você vai encontrar uma noite. Ali tem uma cena noturna, né? Não é tão grandiosa, mas tem. E a gente inaugurou isso ali daquele lado. Acho que isso é uma coisa, assim, a se considerar. E no início era só a Bodega, aí apareceu o Caldinho do Torreão [...], mas teve um momento que tinha quatro! Quatro bares funcionando no espaço. Tem um cara que é proprietário de vários pontos comerciais ali naquela rua e ele tava falando comigo assim: “Rapaz, tá movimentando aqui e acho que vou conseguir alugar esses espaços”. Aí eu até brinco, o Melodia tá construindo uma economia do local, né? Incrível. O João, pelo menos, ele firmou assim, o Caldinho lá, nesse processo do Melodia. O João, ele é funcionário da padaria do outro lado da rua, ele abriu o bar lá na outra esquina. E tem aquela história que eu costumo falar, eu digo que o Melodia tem um objetivo e um sentido. O objetivo é a gente ocupar a rua mesmo. Eu acho que esse movimento aí de ocupação da praça, da rua, é fundamental pra quebrar essa falsa visão de que a segurança tá dentro de casa, das grades, do edifício com vigia, com porteiro. E isso aí eu acho bom. Eu vi muita gente chegar lá dali da redondeza. Tem algumas mulheres que elas levam até um banquinho, aí agradecem: “Ah seu

Gerson, o senhor movimentou isso aqui. A gente não tinha nada aqui antes, agora a gente tem”. [...] Então essa ocupação é legal. E a outra pra mim é a coisa mesmo da afetividade. O vinil permite a gente fazer uma viagem no tempo, trazer recordações das pessoas. [...]

Isso parece demonstrar que a circulação de música, neste caso específico do DJ de vinil, pode congrega circuitos culturais produzidos em grande escala, dispositivos amplos, mas também redes formadas de ideias e trajetos casuais que, a princípio, surgem de forma despreziosa, mas possuem potência para transformar espaços em lugares, vazios em ocupações culturais.

Posteriormente o DJ coloca que o público jovem, que tem crescido a cada edição da Melodia, é oriundo de diversas localidades, mesmo distantes do bairro do Torreão, e que fazem parte de uma cena cultural mais ampla da região metropolitana, não se limitando aos moradores de um entorno próximo:

- Tem pessoas do bairro, pessoas comuns... Hoje eu ando pelo bairro, até a Encruzilhada, aí onde eu vou, assim, encontro pessoas “Oh! Vai ter vinil quando?! Vai ter a festa quando?!” Tem as pessoas que vão de fora, né? Tem uma galera que vem de Setúbal, da Várzea, de Olinda. Eu fico imaginando, pô, o cara sair de Setúbal pra ir pra ali, depois voltar, altas horas. É... Da Várzea. Um pessoal fiel que em todos os Melodias tão lá.

Segundo ele, esse público jovem, que costuma chegar mais tarde na festa, depois “Vai pro IRAQ, vai pra Olinda, vai pra outro canto. Vai pra balada”.

Há toda uma costura na fala do entrevistado, pelas noções de circularidade, cena e circuito cultural. Vemos os LPs e o DJ como protagonistas de uma movimentação cultural, econômica e política em torno de uma cena boêmia e da cultura do disco, em que bares são abertos, sociabilidades e disputas são travadas e a afetividade surge ressignificando um espaço antes adormecido. Há o LP reunindo dentro dele a substância comunicativa da vida urbana, através de sua exterioridade, que como foi colocado por Straw são “os contornos que definem o invólucro tecnológico e a interface pública” que ele apresenta. Ou, mais além, esse movimento da circulação de LPs pela cidade e pelas festas define a interface entre artefatos culturais e seres humanos, e esse movimento vai ser capaz de criar textura social em tessituras urbanas.

Essa circularidade vai atravessar desde a fabricação do objeto, passando pela sua chegada às lojas, ou na sua sobrevivência quando deixou um ambiente particular depois do ato da compra e foi parar no mercado de segunda mão. Daí há uma nova vida e uma ressignificação de valor e uso quando vai para as *pick-ups* dos DJs, podendo até influir na estrutura comunicativa, social, cultural e econômica da urbe. Sendo novos ou antigos, LPs, a miríade de

rotas traçadas e as diversas maneiras que vão circular no espaço, geográfico e afetivo da cidade do Recife fornecem um mosaico rico para a interpretação de sua cultura.

Como se observou quando se discutiu a coleção desses DJs, todos mantêm o hábito da compra, seja em lojas, sebos ou pela internet, e também apresentaram motivos diversos: a materialidade, a técnica ou o som. Porém todos concordaram que não jogam fora nenhum tipo de LP, como Straw havia sugerido. Justino Passos, Daniel Aragão e Gerson Flávio não vendem e preferem doar os LPs duplicatas a amigos e conhecidos. Talvez aqui caiba uma possível interpretação feita por Bourdieu (1996) da ideia de Mauss em seu *Ensaio sobre a Dádiva*, e que parece coerente para esta pesquisa:

Em outros termos, no princípio da ação generosa, do dom inicial de uma série de trocas, não existe a intenção consciente (calculista ou não) de um indivíduo isolado, mas essa disposição do *habitus* que é a generosidade, e que tende, sem intenção explícita e expressa, à conservação ou ao aumento do capital simbólico. Assim como o sentido da honra (que pode estar no início de uma sucessão de assassinatos), essa disposição se adquire pela educação expressa (como no caso do jovem nobre evocado por Norbert Elias, que, quando devolve ao pai, intacta, a bolsa de dinheiro que recebera dele, vê este atirá-la pela janela), ou pela participação precoce e prolongada em universos onde ela é a lei indiscutível das práticas. Para quem é dotado de disposições ajustadas à lógica da economia dos bens simbólicos, o comportamento generoso não é o resultado de uma escolha ditada pela liberdade, de uma decisão livre efetuada após uma deliberação que contém a possibilidade de agir de outra forma; ele aparece como “a única coisa a fazer” (p. 9).

O “mal estar” que se sente ao se jogar fora objetos culturais é transformado em dádiva no universo dos colecionadores de LPs, como a única coisa a se fazer. Essa generosidade é guiada, mesmo que inconscientemente, no caso dos DJs entrevistados, ao acúmulo de capital simbólico e à manutenção de status dentro desse grupo. Ao doar um disco considerado bom e raro — por ter conseguido um em melhor estado de conservação, por exemplo — esse indivíduo se torna uma referência de colecionador e estimula a admiração e a gratidão de quem recebe. A fala a seguir de Justino Passos, enfatizando como o recebedor de sua dádiva ficou feliz e impressionado com o ato, diz muito sobre esse processo:

- Às vezes eu dou, eu doo muito. Eu dei a Da Mata aquele Tim Maia [1976] que tem *Marcio, Leonardo*, sabe? Uns trezentos paus hoje. Eu dei a ele de presente. Eu tinha dois, aí eu: “Toma, Renatão”. Aí ele: “Porra! Não acredito não que tu tá me dando isso não!”. “Meu irmão, tome aí, velho!”. [...] Dei uns dez discos nessa brincadeira de “porra, tenho dois, toma um”. Eu prefiro dar. É aquele negócio, se eu encontrar na rua, eu tiro da rua, entendeu? Porque eu não sei quem é que vai comprar aquilo ali, que é do caralho. Eu prefiro dar a um amigo, que eu sei que vai ser...

Essa fala mostra claramente como funciona de maneira distintiva a prática de colecionar LPs. Então, não é “qualquer um” que pode comprar esse ou aquele disco, que é muito bom, e sim pessoas seletas que fazem parte do seu pequeno grupo de consumidores de LPs. Ao mesmo tempo em que é generoso com seus pares, o DJ sugere certo poder conferido

pelo capital simbólico e, assim, posiciona-se como se entendesse ou desejasse a posição de mentor ou guru diante de seu parceiro Renato da Mata.

Outra afirmação nesse sentido foi a de Gerson Flávio quando disse que vai muito à Feira de Vinil da Passadisco, para comprar e expor, mas que ele nunca vende. Ele contou que, em uma edição, separou em torno de cem discos raros para deixar aos olhos dos outros consumidores apenas “para fazer raiva”. Da Mata também não vende os próprios exemplares, e os discos dos quais se desfez foram discos “ruins”, trocados em sebos por outros “bons, que o interessavam”. Apesar de esse comportamento ter sido observado nesse pequeno grupo de entrevistados, na mesma feira é possível encontrar diversos vendedores que também são colecionadores e vendem ou trocam suas cópias repetidas, com o intuito de aumentar a coleção. Ou de obter ganhos financeiros, mantendo intacta sua coleção, já que muitos deles compram dois exemplares quando encontram quantidade e bom preço, um para negociar e outro para suas discotecas, o que demonstra não só o valor econômico dessas trocas bem como seu valor simbólico, pois há distinção também em ter bons discos disponíveis para a venda.

Dessa maneira, com suas idiosincrasias, modelos de consumo, valorações, disputas e alianças, assim como a organização de festas e suas ressignificações do espaço urbano, os DJs e os LPs ajudam a construir um sentido de urbe e de sua vida cultural. Criando conexões territorializadas, mas em consonância com uma ideia de cultura cosmopolita translocal, fazem com que afetos, sociabilidades e identidades possam emergir por meio da interface artefato cultural/ser humano/outras formas, que surge a partir da Circularidade.

4.4 SER OU NÃO SER DJ, EIS A QUESTÃO

Neste capítulo da dissertação já ficou claro, pelas falas transcritas e comentadas, que os DJs se utilizam de discursos de diversas ordens para justificar o uso dos toca-discos ou se diferenciar dos outros que utilizam mídias que não os LPs. A materialidade — qualidades táteis, visuais e sônicas —, a técnica, a performance ou a desqualificação dos DJs que tocam com mp3, compõem uma *politização tecnoestética* acionada pelos entrevistados.

A politização tecnoestética dos discursos dos DJs foi definida pelo pesquisador Pedro Ferreira (2004), em sua pesquisa através de um grupo de e-mail formado por *disc jockeys* de música eletrônica, seguindo a proposição de Gilbert Simondon:

[...] vemos aqui talvez um exemplo explícito daquilo que Gilbert Simondon (1998) chamou de tecnoestética: o prazer estético provocado pela simples capacidade do objeto técnico de dar vazão estética a virtualidades antes desconhecidas da própria técnica (FERREIRA, 2004, p.5).

Então, o próprio ofício de DJ, ou a “arte” de ser DJ, quando surgiu, era totalmente desconhecida da própria técnica, ou seja, a indústria fonográfica, quando fabricou LPs e vitrolas, nunca imaginou a “vazão estética” que dariam esses profissionais aos equipamentos. Nesse caso, ele relata o apego, o prazer que os DJs de vinil têm pelo famoso toca-discos Technics MK II. E explicita melhor sua pesquisa, que abarcou a relação entre DJs de vinil (analógico) *versus* DJs de CD (digital):

Partimos da constatação empírica de que o uso de mídias analógicas e/ou digitais pelos DJs implica, além de decisões técnicas (as habilidades necessárias para cada tipo de mídia diferem) e opções estéticas (existem diferenças relevantes tanto na qualidade sonora quanto na imagem da performance do DJ), a politização do discurso legitimador de suas atividades (principalmente a desqualificação dos DJs que usam CDs ao invés do "tradicional" disco de vinil). Por politização, entendemos a produção e reprodução de certas relações de poder (simbólico, econômico, físico etc.), que no nosso caso se dá por DJs que não apenas defendem o uso do disco de vinil como mídia de trabalho como deslegitimam a atividade daqueles DJs que usam CDs. Esta politização é tecnoestética, pois se dá num campo simultaneamente técnico e estético, sendo técnica a distinção entre os DJs (definida pela mídia empregada e suas técnicas associadas) e estética a justificativa empregada (a qualidade do som e da percepção do próprio disco e a imagem da performance) (FERREIRA, 2004, p. 2).

Apesar de falar também em outras mídias digitais, o enfoque maior é nos DJs de CDs, que não receberam nesta dissertação tantas críticas quanto os que tocam com *notebook* e mp3, sugerindo que no momento da pesquisa de Ferreira essa prática não era tão comum como hoje, com *softwares*, muitas vezes gratuitos, e de manipulação relativamente simples, que permitem que usuários amadores possam “atacar” de DJ. Aliado a isso, os *notebooks* também foram popularizados, assim como a banda larga no Brasil ficou cada vez mais rápida e facilitou o compartilhamento em massa de arquivos de música digital.

Essa mudança de paradigma talvez tenha forçado uma suavização no embate dos DJs de vinil em relação aos que usam CDJ, ou que tocam com música digital, vide a experiência de alguns dos entrevistados ao começar a usar o Serato. A fala a seguir, de Renato da Mata, exemplifica um pouco isso:

- Pra mim não importa o suporte que o cara o vai usar. Se é teclado, se é toca-disco, se é computador, se é CDJ, se é um synth, se é MPC... Pra mim o que importa é o resultado final. O resultado final sendo legal para o meu gosto, massa. O resultado final sendo ruim pro meu gosto, eu não vou sair criticando o cara ou achar ruim, eu vou achar normal, porque, de repente, é uma questão do momento que o cara tá vivendo ali. E, de repente, esse cara bota um som e duas mil pessoas tão pulando ali, tá ligado? Agora, eu já fui muito mais crítico a essa posição. Hoje em dia eu já superei essas coisas, vamos dizer assim. Já superei muita coisa, porque eu era muito

radical. Radical em que sentido? Radical em não aceitar essa questão digital, radical, de certa forma, em criticar essa supervalorização, no sentido de que, que todo mundo quer ser DJ. Mas não só ser DJ. Em todos os aspectos, todo mundo, com a chegada da internet, quis ser tudo e quer ser tudo e pode ser tudo, se quiser. Emulando ser alguma coisa, tá ligado? Eu já fui muito ácido e muito crítico. E já dei opiniões bem contundentes, já magoei muita gente, por uma questão minha, porque eu sofri o tanto que eu sofri pra tar onde eu tou hoje porque eu trabalhei muito. Mas o meu texto não é dizer que eu sou o cara que sofri, que não sei o que. Eu não vou ficar criticando o cara que tá chegando agora pra botar som e ele não tem noção nenhuma de técnica, dizendo assim: pô, esse moleque tem até bom gosto, mas não tem técnica. Não eu não tou nem aí. Eu vou ser o cara que vou ajudar, de repente, esse cara se eu puder. Porque eu já superei esse lance de querer criticar gente, “DJ fake”, essa questão toda.

Apesar da tentativa de mostrar um pensamento mais aberto à função de DJ, só importando mesmo que ele anime uma pista, percebe-se uma ideia de hierarquização, já que embora não teça mais críticas ao novato, ele se coloca numa posição de que “vai ajudar”, ensinando a técnica e o ofício de djing, isto é, mesmo que esse aspirante anime a festa, ele ainda tem muito o que aprender.

Durante a entrevista, Da Mata fala que aprendeu muito com DJs de CDJ e que usa os toca-discos por questões de sonoridade e, principalmente, de técnica. Por poder tirar sons nas *pick-ups* que não são possíveis no CDJ, como a “percussividade” e o “ruído” e por ter crescido e aprendido dentro da cultura do rap. Mas ele coloca que os parceiros da sua festa mais atual, a Tropicaos, como Bruno Pedrosa e Renato L, tocam com CDJ, mas têm interesse em aprender a tocar com vinil; e que um parceiro, DJ Nuno, da Quinta Black, comprou o equipamento analógico depois de assistir a várias de suas performances e ver o que Renato “conseguia fazer” algo que ele não alcançaria continuando com CDJ:

- Ele começou a olhar muito eu tocando de vinil, começou a ver o valor da coisa e até o público leigo começa a olhar pra sua mão, pro toca-disco, começa a viajar que VOCÊ é DJ, o outro que tá tocando de CDJ, não, ou de laptop, não. O caso que eu tou falando é o leigo chegar e visualmente conseguir entender que, o cara que toca com toca-disco, ele consegue tirar som, ele FAZ som com o vinil. Já o cara que toca com CDJ ele tem um pouco mais de limitação nesse “fazer som”. Então isso é uma coisa muito especial.

Então vemos que existe, sim, uma hierarquização, em termos tecnoestéticos — já que o “ver” o DJ em sua performance tocando com vinil, o torna um “DJ de verdade” —, ficando claro nas palavras do entrevistado que mesmo o DJ que tenha técnica usando o CDJ almeja ser ou ao menos admira aquele que toca com vinil. Ele continua, na entrevista, a suavizar a importância dos equipamentos, do suporte e se o DJ tem técnica ou não, para logo depois afirmar: “Ou seja, não é só um detalhe. São vários detalhes que somam pra você realmente entrar na profissão de uma forma mais... Adulta, assim, que eu posso falar hoje em dia. Menos infantil, tá ligado?”. Então, quem estiver animando uma festa, selecionando faixas,

independentemente do equipamento e se sabe mixar ou não, estará sendo DJ, mas um DJ infantil, engatinhando, em outras palavras um quase-DJ, um *wannabe*.

Ele continua tentando relativizar, mas mostra até um pouco de amargura falando dos ‘apertadores de botão’ e tenta não se colocar na posição de crítico, afirmando que a “vida vai mostrar” para eles as “respostas”:

- A indústria, de uma forma geral, começou a criar softwares livres e começou a empurrar esses softwares nas pessoas, no sentido de “Seja DJ você também!”, “Baixe o software no seu iPhone e toque!”, “Seja DJ! Baixe o Virtual DJ e comece a discotecar mixando, com sync”, que é um botão que synca. Faz o trabalho que um DJ tem que é de mixar as músicas, sem fazer nada, só apertando um botão. Então, que graça tem nisso se você não tem o perigo de errar, saca? Era a pergunta que eu fazia antigamente. Mas hoje em dia eu já superei isso e eu acho que todo mundo pode fazer o que quiser e ser o que quiser e testar o que quiser. Porque a vida é livre, tá ligado? Agora, lembre-se que a própria vida vai mostrar pra você mesmo as respostas.

O erro, ao qual todo DJ que toca analogicamente está sujeito, aparece novamente como valor, tornando um aspecto que poderia ser considerado negativo, como algo que traz mais responsabilidade quando se toca com LPs, instituindo uma aura de mais profissionalismo aos DJs de vinil. Como numa fala descrita anteriormente de Gerson Flávio, quando ele se refere à adrenalina da música acabando e ser preciso colocar outra na bandeja vizinha, para não deixar a música do ambiente parar, ou seja, o medo de errar é considerado um diferencial que os toca-discos trazem. Ou, quando Daniel Aragão explicou que até o erro do DJ de LPs é mais “interessante”, e que a plateia respeita mais esse erro quando analógico - outra afirmação que confirma essa suposição. O próprio Daniel, quando questionado sobre os DJs de mp3, coloca:

- Eu respeito [o DJ de mp3], tá ligado? Mas, cada vez mais, eu tou respeitando menos. Eu não chegava a ser tão radical, mas puto, assim, “seja bom então”, tá ligado? Mas a diferença mais é que as pessoas vão tar tocando, hoje em dia, como é mais fácil chegar... Eu acho que nem é tão mais fácil como era na época do Napster, por exemplo, Soulseek... Você realmente tinha uma curadoria lá, uma parada que você chegava muito mais fácil nas coisas diferentes. Sendo que, hoje em dia, com a história do Youtube você chega de uma coisa pra outra, muito mais rápido por causa das sugestões e dos links que ele faz, aí é mais fácil você ter uma pessoa que conhece mais, sem conhecer nada, tá ligado? Mas, ao mesmo tempo, quem coleciona, ele traz uma coisa pra discotecagem que ninguém traz, que é o seguinte — quem toca com o vinil, principalmente — se você tá tocando aquilo é porque você conhece, é que você tem uma informação além da música, e além de estar tocando isso naquele momento, pra dar

Então, o conhecimento adquirido com sua coleção de LPs, que foi composta de muita pesquisa e garimpagem, é valorado como mais válido e constituído de sentido, do que aqueles que descobrem música via YouTube. O DJ 440, da Terça do Vinil, também fala algo parecido:

- Não só a Terça do Vinil, mas várias festas no Brasil que é com vinil e a turma não abre mão disso porque as pessoas vão por aquilo. Em alguns lugares existe até um preconceito, né? [Com DJs que não tocam com vinil] [...]. Não é só ir no Google, baixar a discografia de fulano, o *best of* de cicrano e ir pra festa e montar um *playlist*. Aqui não tem *playlist*, eu faço tudo na hora. Toda terça que você vai vir, você vai ouvir um negócio diferente.

Aqui também é percebida a questão da hierarquização entre os DJs, quando 440 revela que até existe preconceito com aqueles que não tocam com toca-discos. O ato de fazer na hora e não ter *playlist* endossa a imagem do DJ de verdade ser o que usa LPs. No entanto, por ter mais a característica de um discotecário de rádio, a primeira acepção do termo *disc jockey*, e não usar de técnicas de mixagem, a Terça do Vinil é criticada pelo DJ Justino Passos:

- Eu não vejo como festa, cara. O Terça do Vinil que você chama, né? Eu acho que é som ambiente... ninguém dança. O cara bota o disco ali... Na verdade eu nem considero discotecagem. Uma vez eu fui e era um toca disco só e com um toca-disco você não vira⁵¹. [...] Eu não considero essas noites aí que você falou aí de discotecagem. Nem considero pista de dança, né? Considero som ambiente mesmo.

Daniel Aragão afirma várias vezes que não é DJ durante a entrevista, porque não vive disso, mas parece também afastar essa alcunha por não dominar técnicas de mixagem. Ele minimiza essa não expertise - “Eu até me interesse por mixagem e tal... Mas não sou aficionado”-, fato que talvez o influencie a não se considerar um DJ. Mas, mesmo assim, ele também cita essas festas de vinil que apareceram na cidade de Recife, geralmente em bares, não como discotecagem, mas som ambiente, assim como Justino:

- Porque chega uma coisa assim, do exótico, tá ligado? Tipo, usar-se do exótico, tá ligado? No caso assim de 440, é o mais concreto, digamos assim, sabe? Que faz mais sentido assim. Apesar de ter várias, mas... Ser um som pra barzinho, não ter nenhuma pegada como nessas festas gringas que o cara vai pra discotecar. Mesmo que o cara não mixe, não seja assim, *scratch*, ele vai pra discotecar em vinil, tá ligado? Eu vou pra tocar com vinil. Pra reproduzir aquela coisa, aquela época, né? Mas nem todas as vezes que eu toquei eu senti “caralho, agora sim”, tá ligado? Porque tem um processo todo, né? O som da casa tem que estar adequado pra eu sentir realmente que é um som de vinil, que é uma discotecagem como nos anos 70. Realmente uma volta para o que se fazia nos clubes dos anos 70. [...] Não é uma coisa que acontece muito, sabe? Porque o cara tá lá tocando num bar, tem uma caixinha lá, merdinha. Tipo, ou então tem uma caixa assim, aí o cara usa uma agulha de DJ, pesada pra caralho, pra tocar um disco. Que é um disco nacional, tal, aí o cara só escuta chiado, tá ligado? O cara tá estragando o disco e nem sabe [...] Aí ninguém tá muito aí pra música, tá ligado? Aí não fica uma reprodução interessante, sabe? O vinil assume o aspecto exótico antes que qualquer outra coisa.

Ele não se considera DJ, mas defende uma discotecagem, mesmo que sem técnica, e diz que faz isso. Ele fala da Terça do Vinil como se fosse a única a fazer sentido, mas a

⁵¹ Essa afirmação não é verdadeira, atualmente. Pode ser que isso tenha acontecido durante as primeiras edições da festa, ou que algum de seus toca-discos tenha apresentado algum problema no dia em questão.

descrição que ele dá abaixo, da agulha pesada no disco nacional, por ser num bar com apenas uma “caixinha”, se encaixa na descrição da festa do DJ 440.

Outra coisa que pode ser questionada é em relação ao fato de o público não prestar atenção e não dançar. Sem dúvida, uma boa parte da audiência encara como fundo musical para sua conversa e cerveja, ou até ir, como ele afirma, por conta do exotismo de ser um som proporcionado com LPs. Mas, em semelhança com a Melodia de Bodega, quando observei as duas festas, há uma parte do público que dança, que canta sentada na mesa, que se levanta para conversar com o DJ e pegar o disco, se interessando em saber quem é o artista da vez. O DJ Pós até afirma que a intenção dele não era de fazer uma festa, no sentido de as pessoas dançarem. Ele difere claramente ‘festa’ do projeto Melodia de Bodega e fala que não tem preocupação de fazer um set dançante, só quando toca em outros eventos em que tem de fazer a “pista ferver”.

- Já teve Melodia ali que o pessoal começou a dançar. Ficou dançando no meio da rua! Eu acho legal [...]. Quando eu toco, eu não tou preocupado em fazer as pessoas dançarem. Tou a fim que elas ouçam a música, conversem e tal. [...] Já teve até algumas pessoas que reclamaram de mim: “Pô, bota uma música mais dançante. Fica botando essas músicas aí”, não sei que. [...] Agora em festa não. Festa é diferente, né? Festa você começa maneirinho, aí depois que ela pega, aí ir até o fim desafiando o povo a dançar mesmo.

Gerson também faz uma reflexão sobre ser DJ ou não e fica claro que a imagem socialmente construída do *disc jockey* já está além do seu primeiro sentido de discotecário, de seletor de música, e faz jus ao que já colocou neste tópico sobre uma hierarquização da função. Porém, também cita a Orquestra Invisível de Osvaldo Pereira e reflete sobre essa questão, visto que ele, o primeiro DJ do Brasil, usava só uma radiola e colocava discos pra tocar:

- Diante de muitos DJs, eu não me considero DJ. Porque eu não sei utilizar o equipamento pra fazer *scratch*, aquelas coisas... Eu não sei utilizar isso, nunca aprendi. Além de eu não ter aprendido eu sou um cara meio das cavernas, ainda; tenho medo de estragar o vinil e acho que isso também não ajuda. Bobeira isso... Mas eu me lembro uma vez, acho que foi o Renato L quando ele era o Secretário de Cultura, ele trouxe o primeiro DJ do Brasil pra falar lá na Livraria Cultura e o nome do cara é Osvaldo. E ele falou e disse “Não, eu botava minha radiola e tocava o disco” [risos]. Aí eu olhei “é isso que eu faço, né?”. Eu faço isso, então se isso é ser DJ, eu sou DJ. [...] Eu queria aprender mais a lidar com isso, com alguns equipamentos, com a tecnologia dos DJs. Mas, assim, no Recife mesmo, as pessoas que eu conheço mais próximas que discotecam ou elas discotecam com vinil, ou CD, ou então pega e chega com um notebook e põe lá. Não tem muita... eu não sei... vejo as diferenças mais na... Você tem mais no movimento hip-hop, assim, eu acho. Você tem uma galera que desenvolve mais o conceito de DJ que... fora uma técnica ali, uma arte. Eu acho uma arte o cara fazer um *sampler*, poder fazer um... sabe? Eu queria aprender [...]. Mas pro que a gente faz no Melodia, acho que tá legal.

O DJ Pós difere de todos os outros por não usar equipamento profissional, sinônimo para um mixer e os desejados Technics MKII. Ele usa vitrolas domésticas ligadas a uma mesa

de som, mas consegue pensar em seu Osvaldo e ficar satisfeito com sua performance. Ainda assim, pudemos perceber as implicações das relações de poder tecnoesteticamente mediadas, como explicita bem Ferreira (2004):

Mas se o discurso dos DJs revela uma certa tecnoestética associada a máquinas e mídias específicas (como a Technics SL-1200 MKII e o disco de vinil), ele no entanto acaba produzindo e reproduzindo certas relações de poder associadas aos usos destas máquinas e mídias. A ênfase no "profissionalismo" do DJ ("respeito" com o público e com o artista), na "segurança" das mixagens, na "qualidade" do som e na "imagem" ideal do DJ manipulando discos de vinil (considerada "bela" em si) são apenas alguns dos argumentos tecnoestéticos que acabam consolidando, através de ressonâncias em espaços como a lista de discussão pesquisada, uma estratificação da cena em dois grandes grupos de DJs dos quais um é mais valorizado do que o outro (p. 6).

Seguindo essa premissa, se constatou, empiricamente, que os DJs se valem dessa imagem inscrita culturalmente para medir forças e demonstrar poder diante de outros, no sentido de se destacar e até poder garantir uma reserva de mercado, ou, mais profundamente, de verem-se como detentores de uma técnica e conhecimentos específicos; de uma arte que não pode ser imaculada por qualquer um. Fica claro que todos eles se revestem de qualidades que julgam não existir nos DJs de mp3, para estabelecer uma distinção simbólica. Isso se torna mais perceptível quando, por exemplo, Justino explica que toca com Serato porque grandes nomes da discotecagem, como DJ Shadow e Mix Master Mike (Beastie Boys), se utilizam desse *software*:

- No começo a gente tocava com vinil mesmo, depois começou a usar o Serato, que é um *time code* de vinil, né? Que é um vinil mesmo [formato de vinil] que em vez de ter sulcos, ele tem códigos gravados na mídia. E a agulha normal, agulha de toca-disco normal, ela lê os códigos em vez de ler as frequências dos sulcos. E aí ela manda pro Serato a informação do que eu tou fazendo com o disco na hora. É tipo um vinil digital: na verdade a música sai digital, ela não sai analógica, mas a manipulação dela é analógica.

No entanto, essa afirmação demonstra uma das maiores contradições de seu depoimento, pois, como ele mesmo afirma, o som é digital. E Justino e Da Mata - os únicos que tocam com Serato, e os que demonstraram mais preocupação com técnica e profissionalismo, desqualificando o DJ de mp3 - estão utilizando esse arquivo de mídia digital para tocarem nas festas. Claro, que por ser uma manipulação ainda analógica, preservando a técnica, seus discursos ainda podem se sustentar, mas o fato é que eles estão usando mp3 e *notebooks* também. Isso talvez venha, no futuro, a suavizar cada vez mais o embate em torno da questão de ser DJ ou não, e superar a ideia apocalíptica de morte de um tipo de tecnologia/mídia e sua abordagem evolucionista.

Continuando com a entrevista de Justino Passos, ele também pontua, como Renato, que um dos grandes problemas para os DJs foi a era do mp3, assim como também coloca a culpa no público:

- Eu acho o público do Recife, um público burro. Minha mulher queria ir pra uma festa um dia, aí eu fui, a festa da moda... Não vou dizer o nome por uma questão... Quando eu entrei na festa tava tocando *Entre Tapas e Beijos*, aí eu “Pô, vou ficar aqui não”. Não gosto de música ruim não, velho, desculpe... E nem gosto de... Eu chamo de DJ Tiririca, o DJ que faz humor, né? Piada só tem graça uma vez quando se conta, depois perde a graça. Acho que isso é um fenômeno no Brasil, não é uma coisa daqui não. Eu acho que a tecnologia também deu uma enfraquecida na cultura do DJ mesmo, do vinil, sabe? Acho que todo mundo hoje dá um play e diz que é DJ. As pessoas não têm preocupação em mixar, em...

Nessa fala, há tanto a distinção tecnoestética quanto uma distinção pelo tipo de música que escutou na festa. Então, além de tocar com vinil, os DJs devem privilegiar gêneros musicais socialmente reconhecidos como de bom gosto ou alto nível. Essa carga preconceituosa, mesmo que diversas vezes relativizada, esteve presente em todos os discursos dos DJs entrevistados.

Eles fazem questão de se afastar de gêneros mais populares, como o brega — não o “roots” como Gerson e Renato descreveram, que pode ser tocado — e o funk carioca, e colocam-se num posicionamento contrário, não só da ordem de uma proposta de suas festas. Há o uso de expressões como: “fora da mídia”, “não muito comercial”, “mais elegante”, “mais difícil”, “raridades”, entre outras, para descrever o tipo de música ao qual eles querem ser ligados. Gêneros como soul, funk, reggae, rock, ska, dub, rap, assim como uma MPB já legitimada pela crítica cultural, figuram como uma música mais séria e que não é escutada na maioria das outras festas, tampouco veiculada na TV ou no rádio, na visão desses DJs que justificam o caráter ‘especial’ de suas discotecagens.

Os gêneros musicais são acionados como capital simbólico para essa distinção e se fundem à noção de discografia de LPs, ligadas a práticas de coleção e garimpagem, vistas aqui como qualidades associadas a uma posição de *connoisseur* e, assim, de detentor de uma relação mais profunda com a música. Isso é um ponto até percebido pela indústria, posto que o mercado de nicho dos LPs vem sendo muito centrado nesses gêneros citados acima e, especialmente, em relançamentos de discos clássicos já esgotados e que possuem alto valor no universo do colecionismo, fato que justificaria mais facilmente sua compra — uma vez que, mesmo estando disponível novamente no mercado, ainda carregam a aura de raridade e legitimação. Segue uma exemplificação na fala do DJ 440:

- Falando especificamente da Terça do Vinil, acho que as pessoas vão pelo diferente. Por ouvir que elas não escutam, normalmente. A catação de vinil proporciona isso, né? Você vai escutar versões de música que você não imagina quem tá ali cantando.

Isso é massa: quando você fala pra pessoa: “Ah, é tal cantor”. O cara: “É mesmo?!”. As pessoas ficam surpresas de uma coisa tão antiga ser tão legal e às vezes tão atual, dependendo das músicas ou dos artistas. Tem coisas que só a Terça do Vinil faz por você [risos].

Assim, a distinção é feita por esse capital simbólico que eles procuram sempre adquirir, fazendo com que disputas, tensões e alianças emergem de seus discursos, configurando uma micropolítica do mundo dos DJs, mesmo com todos os contrassensos. Como coloca Simone Sá (2009), quando aciona Bourdieu para explicar um dos possíveis motivos para o retorno do consumo dos LPs:

Pois, ao analisar o campo da arte, o autor entende as categorias envolvidas na apreciação estética nos termos de um capital específico, adquirido ao longo da vida familiar e cultural – chamado de “capital cultural” (Bourdieu, 1983) – e que supõe disputa simbólica. Nesse sentido, a noção de capital cultural objetivado do autor, que se refere especificamente aos bens culturais/materiais adquiridos por um indivíduo, garantindo-lhe status dentro do grupo, é bastante útil para compreendermos o lugar dos discos de vinil nessa discussão dos consumidores. Os discos são, pois, primeiramente, elementos de distinção dentro de um universo com tendências homogeneizantes como o da música massiva (SÁ, 2009, p. 65).

Por conseguinte, percebe-se que são muitos os motivos dados pelos DJs em seus discursos, explícitos ou implícitos, pela escolha dos LPs como material de trabalho e como objetos construtores de significado: a materialidade do artefato e o fetiche associado a ele, que implicam qualidades táteis, visuais e sônicas; a aura de raridade que reveste o objeto e um acionamento às vezes nostálgico, ora como idealização de um passado romântico, ora como a tentativa de reviver uma experiência de prática de escuta mais atenta; a distinção gerada pelos atos de pesquisar/garimpar e comprar os discos ou por argumentos mais complexos da ordem de técnicas de djing.

Tudo isso compõe esse universo formado pelos LPs, festas e DJs que se interligam formando rotas de afeto, identidade e sociabilidade dentro de Recife. Proporcionando essa circularidade, transformam espaços em lugares de significação e dão possibilidades de vivenciar a experiência de cidade por outra ótica e realidade. Que as disputas, tensões e contradições continuem tecendo as ruas dessa cena.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Quando nos propusemos a estudar os LPs, a partir de sua circularidade pelas festas de Recife, não tínhamos certeza do que encontraríamos pela frente. Mais que apenas um motivo para seu consumo e uso, vários foram os fatores que influenciaram os DJs para não só não abandonarem o artefato, como para reafirmá-lo dentro de sua prática, mesmo estando em uma era da música digital, que oferece muitas possibilidades e facilidades nesse aspecto. Nesse sentido, não se trata de simples passadismo ou aversão às novas tecnologias; muitas das aquisições de vinis desses DJs se apoiam no amplo mercado de discos presentes na internet.

Essa resistência ou insistência a favor de uma mídia analógica perpassa razões que ultrapassam a ideia de uma simples nostalgia acrítica ou uma moda passageira identificada como *cool*. A nostalgia esteve presente, mas sempre suscitando algo além dela, como a possibilidade de ter um contato mais profundo com a música face à imaterialidade do mp3, tida como influenciadora de um processo de escuta mais desatento e que afasta o processo de imersão no ato proporcionado pelos LPs e toca-discos.

Os DJs que tocam com *notebook* e mp3 também foram bastante criticados em algumas falas, ficando claro que existe um processo de hierarquização no mundo da discotecagem, sendo referidos como “apertadores de play” e não como profissionais sérios. Além disso, para os entrevistados, não tem graça nenhuma tocar CDJ, assim como com uma controladora digital, pois não é visualmente interessante, é uma coisa “fria” e não oferece o controle que um par de toca-discos oferece. Poder ver o disco girando e manuseá-lo, além de ser bonito, parece dar mais emoção por deixá-los sujeitos ao erro, tornando a performance mais real e favorecendo mais a técnica.

Apesar de uma postura de diferenciação, acionada pela crítica à digitalização da música e dos processos de discotecagem, todos consomem música pela internet. Baixam discos, utilizam o *streaming* e até tocam digitalmente em alguns casos. Além de não excluir totalmente a possibilidade de animar uma festa via mp3, alguns deles começaram a usar o Serato, em vez de carregar diversos discos em um case, pois isso facilita o processo de ter milhões de músicas disponíveis e também ajuda no quesito da locomoção.

Essas contradições demonstram que posturas mais flexíveis são assumidas face às facilidades que a era digital trouxe, mas não impedem que um discurso mais fervoroso e apaixonado em defesa dos LPs seja proferido. Também mostram que a história dos media não pode ser contada de uma maneira linear e evolutiva, pois além de o LP ainda continuar sendo

a principal opção de muitos dos DJs — e esses, junto aos colecionadores, que foram responsáveis por essa continuidade —, hoje é possível emitir sons digitais, tocando analogicamente. Assim, esses fatos sugerem que a dicotomia analógico X digital, mesmo que presente nos discursos dos DJs, deve ser, cada vez mais, relativizada.

Antes de uma linearidade histórica que iria da tradição às novas tecnologias, emulando um trajeto do autêntico ao frívolo, o que se observou foi uma gama de possibilidades, mixagens entre a permanência de alguns valores táteis no consumo da música em suas interações com as várias possibilidades abertas por sua circulação no mundo digital.

Mas isso não significa o fim da importância de processos de diferenciação nos consumos musicais. No caso específico do DJs de vinil, a distinção se : 1) pelo domínio de técnicas de mixagem, sendo os que não as possuem sequer considerados DJs pelos mais profissionais, o que traz a questão do amadorismo e de eles próprios se reconhecerem ou não como DJs e 2) pelo investimento em equipamentos profissionais, os quais possibilitariam uma performance mais apurada e um som ao nível dos LPs, mas só adquiri-los não conta nada se não existir a técnica.

Todos eles disseram que o som do vinil é melhor e que, se isso não faz diferença para o público, faz diferença para eles. Falam que a sonoridade é mais grave, tem mais espacialidade, é quente, é mais encorpado, demonstrando aspectos sinestésicos em que as qualidades sônicas são dotadas de características de outras ordens de sentido, que não só as da audição. Alguns concordaram que o público não sente a diferença no quesito do som, mas a maioria afirmou que tocar com dois pares de toca-discos e ter os vinis à mostra faz toda a diferença na percepção do público, inclusive acionando seu imaginário na questão do que é ser DJ.

Outra unanimidade foi em relação à materialidade característica dos LPs. Qualidades visuais e táteis são mencionadas para explicar a escolha por esse artefato:

- 1) Capa e encartes maiores privilegiam mais conteúdo de informação sobre o disco, como quem tocou, quem produziu, ano de lançamento, assim como a possibilidade de textos de apresentação do artista;
- 2) A arte maior, além de ser mais bonita e expressiva, pode levá-los a ter um contato diferenciado com a proposta estética do artista, facilitando o entendimento de um contexto da obra;

- 3) O tamanho do disco e seu peso também contam para essa escolha de consumo, assim como facilitam o processo de discotecagem por permitir: a) ver os discos e ajudar o processo da escolha do que tocar e fazer os links entre as músicas mais rapidamente; b) tocar no disco, o que auxilia e dá mais segurança para fazer as mixagens, assim como mais possibilidades do que se tivesse apenas botões; c) posicionar a agulha na música, o que pode ser considerado tanto de uma ordem da segurança, por se poder ver com clareza o que vai tocar pelo tamanho dos sulcos do vinil, como da insegurança, pois oferece a possibilidade do erro, tornando a performance mais real, mais emocionante e mais humana.
- 4) A possibilidade de assistir ao LP rodando na vitrola é como se fosse possível enxergar a música, diferentemente dos formatos digitais, que oferecem apenas números.

Todas essas qualidades favorecem o ritual que os entrevistados afirmaram seguir e apreciar: escolher um disco na prateleira, tirar da capa e do plástico, limpar, colocar na bandeja, posicionar a agulha e parar para escutar. Eles associam esse processo a uma relação de envolvimento e conhecimento mais profundo com a música e que é favorecedor de uma escuta mais dedicada e atenta, a qual não se consegue a partir da música digital. Esses elementos parecem corroborar a ideia de que as escutas não são só da ordem das sonoridades, muitas das distinções que envolvem as práticas desses DJs reivindicam conexões com os aspectos táteis e visuais envolvidos na valorização das sonoridades dos vinis.

Quase todos os DJs se identificaram também como colecionadores, inclusive associando esse fator como princípio para começar a discotecagem. Na simbiose de DJ e colecionador, várias características foram encontradas, não podendo ser descrito um único tipo, o que ora desmitificou o estereótipo mais comum, ora confirmou:

- 1) As coleções podem ser herdadas ou não e, no caso em que isso aconteceu, elas foram aumentadas e moldadas de acordo com a identidade do novo dono;
- 2) A prática da garimpagem foi identificada na maioria dos entrevistados, que vão a sebos, feiras e lojas especializadas para procurar itens raros ou muito recomendáveis para se ter em uma coleção;

- 3) Todos também compram pela internet, seja em sites especializados para DJ ou em sites como Amazon e Mercado Livre;
- 4) Enquanto uns preferem discos originais da época, outros preferem os relançamentos remasterizados ou não diferem tanto;
- 5) Alguns organizam sua coleção por gênero musical e depois por ordem alfabética, outros por ordem nos sets de discotecagem;
- 6) Alguns afirmaram que a compra se dá mais em razão da função de discotecagem do que pelo motivo da coleção em si.

Outro aspecto importante também presente na pesquisa, e que emergiu durante as entrevistas de formas consciente e inconsciente, foi a noção de circularidade dos LPs pela cidade, podendo transformar espaços em lugares de significação, ou até mesmo movimentar a vida cultural de Recife. Nesse ponto, desde práticas de consumo em sebos, feiras ou mesmo pela internet, traçando rotas comerciais e econômicas, assim como de afetividade e sociabilidade, até às festas, pelas mãos dos DJs, dão um novo sentido e possibilidades de vivenciar a urbe por outros espectros e não somente por uma cartografia oficial.

Seja na procura solitária em sebos escondidos, ou socializando e trocando informações na feira de vinil, disputas e alianças vão erigir e mostrar que há características de uma cena e circuito cultural em torno do consumo do LP. Ao redor da Magia Negra, de acordo com Justino Passos e Renato da Mata, um circuito cultural mais complexo, que existiu por alguns anos e ainda sobrevive mesmo que de forma mais comedida, foi criado a partir da festa. A Rua do Lima viveu um período de prosperidade cultural, e por que não dizer econômica, com a abertura de bares e restaurantes assim como ateliers de moda, fotografia e artes plásticas, transformando-se em um polo de cultura e servindo de alternativa ao Recife Antigo, que se encontrava em decadência.

Mesmo acontecendo em um dia não tão convencional para uma saída noturna, a Terça do Vinil ocorre há seis anos e ainda mobiliza um grande público. Ativando o Bodega de Veio, anteriormente, transformou esse lugar em um ponto de encontro tradicional nesse dia da semana, por vários anos, e hoje movimenta o Recife Antigo, na Rua da Moeda. O DJ da festa, 440, ficou conhecido por meio dessa festa e hoje consegue viver somente de discotecagens — assim como Renato da Mata da Magia Negra, pois Justino hoje trabalha como produtor

musical. Isso reforça uma mudança no perfil dos profissionais que vivem de música, que já não comporta em um único ator, o músico, o DJ, o produtor, e sim, redes diversas em que um mesmo sujeito que diz “viver de música”, muitas vezes é DJ, produtor, colecionador e negociante.

A Melodia de Bodega, do DJ Pós, começou de uma maneira totalmente despreziosa e já vem há três anos movimentando a Rua Marechal Deodoro, no bairro do Torreão. Em um lugar que poderia até ser considerado ermo anteriormente, foi atraindo um público que crescia em número a cada edição. Moradores das redondezas se juntaram a pessoas que vêm de toda parte da Região Metropolitana e chamaram a atenção de pequenos comerciantes, que aos poucos abriram bares no entorno de onde a festa acontece, na Bodega do Eduardo.

Histórias foram vividas e contadas nesses lugares, enriquecendo a ideia de que, em torno de um objeto e de seu consumo, redes de sociabilidades podem ser construídas. Juniani e Gerson convidam outros DJs de vinil para tocarem em suas festas, assim como já se apresentaram um na festa do outro, sugerindo que há um senso de aliança e organização entre eles. Além disso, por meio da transformação espaços antes destituídos de significado, em lugares de produção de sentido e afeto, há indícios de que esta cena proporciona uma acoplagem DJ/Toca-discos, ou a interface ser humano/coisa, gerando substância comunicativa e cultural na cidade, dando pistas de que a circularidade pode ser uma grande aliada nas pesquisas sobre a vida cultural e urbana.

Essas vivências urbanas estão associadas em um nível translocal, podendo se observar acontecimentos da mesma ordem em outras partes do mundo. Como a reabertura de fábricas — no Brasil, temos a Polysom, única da América Latina —; o crescimento constante no número de vendas; aumento do catálogo oferecido por gravadoras tanto de lançamentos, como relançamentos; surgimento de selos que só lançam em vinil — como o pernambucano Assustado Discos —; artistas emergentes procurando lançar seus álbuns em LP — como o músicos locais Graxa, Orquestra Contemporânea de Olinda, Trio Eterno, entre outros. São muitos movimentos que indicam um fortalecimento, mesmo que ainda de forma tímida e configurada em mercado de nicho, na cultura do vinil. E todos esses processos também dizem muito sobre identidade e como algumas pessoas querem se relacionar com a música.

Essas conclusões não pretendem ser generalistas, apontando o vinil como o lugar de sobrevivência de uma escuta autêntica da música (mesmo porque isso iria contra a força atual da música ao vivo), mas podem indicar que, diante das inúmeras possibilidades e experiências possíveis na produção, consumo e circulação de música no mundo atual, pelo menos para os

aficionados por vinil, a sua permanência abre possibilidades de uma dedicação temporal e corporal diferenciada em meio às inúmeras possibilidades de relacionar-se com a música no mundo contemporâneo.

Esse poder que o LP mostrou ter de movimentação cultural e de criar rotas afetivas, econômicas, políticas e sociais em Recife, por meio das festas, realmente foi o que mais me impressionou. Como me sugeriu Thiago Soares⁵², gostaria de chamar esses lugares de zonas de *scratch*, que remetem diretamente ao clipe “*Everything is Everything*” da cantora Lauryn Hill. Nele, ruas da cidade de Nova Iorque se transformam em sulcos, e uma agulha gigante desce e promove um ritmo e movimento a partir da música. Ocasionalmente uma mão desce e, em um desses momentos, salva uma pessoa de um assalto com um *scratch*, simbolizando que a música pode ser um refúgio diante dos problemas das grandes metrópoles. Movimentos circulares de máquinas de lavar, de um mostruário de óculos de sol no meio da rua e outras situações ajudam a reforçar a carga simbólica da cidade como um grande disco de vinil.

Como um LP na bandeja do toca-discos, a cidade gira sem parar, e pessoas de todos os tipos circulam dentro do seu espaço, passando por diferentes situações. A cidade é sua circularidade. De música, de pessoas, de vivências, de experiências. O encontro de coisas, corpos e formas constituem um imaginário de um universo pop urbano.

Durante o processo de pesquisa, algumas questões que surgiram não eram o foco principal do estudo ou não teriam como ser desenvolvidas nesse momento, portanto ficam como apontamentos para o futuro. Dentre elas, destaca-se um aprofundamento das relações entre fetiche, mercadorias e afetos e o fato de que vivemos um tempo em que as materialidades do consumo de música em diversas escalas devem ser observadas com cuidado. Também pode ser interessante observar as contradições de um grupo de DJs que se apropria de uma tecnologia de reprodução musical, que já foi de ponta e massiva, para reivindicar um certo ludismo tecnológico, colocando-se, inclusive, contra aquilo que alguns autores ciber destacaram como uma das viragens de nosso tempo: a relativização da hierarquia polo da produção - polo da recepção (quando os novos *softwares* ou a acessibilidade musical está em jogo, isso também aparece, ou seja, agora qualquer um pode ser seu próprio DJ).

⁵² Na ocasião da banca de qualificação.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AGAMBEN, Giorgio. **Estâncias: A Palavra e o Fantasma na Cultura Ocidental**. Belo Horizonte: Edufmg, 2007.

_____. **Nudez**. Lisboa: Relógio D'Água, 2010.

ANDERSON, Chris. **A Cauda Longa: Do mercado de massa para o mercado de nicho**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.

BAUDRILLARD, Jean. **O Sistema dos Objetos**. São Paulo: Perspectiva, 2009.

BENJAMIN, Walter. Desempacotando minha biblioteca: Um discurso sobre o colecionador. In: **Obras escolhidas II: Rua de mão única**. São Paulo: Brasiliense, 1995, p. 227-235.

_____. O colecionador. In: **Passagens**. Belo Horizonte: Editora da UFMG; São Paulo: Imprensa Oficial do Estado de São Paulo, 2006. p. 237-246.

BOLTER, Jay David; GRUSIN, Richard. **Remediation: understanding new media**. EUA: MIT Press, 2000.

BOURDIEU, Pierre. **Marginalia. Algumas notas adicionais sobre o dom**. In: *Mana*, vol. 2, n. 2, Rio de Janeiro, 1996.

BUENO, Débora Gauziski de Figueredo. **O resgate do vinil: Uma análise do mercado atual e dos colecionadores na cidade do Rio de Janeiro**. In: *Revista Ciberlegenda*, n.28, 2013.

CANAVILHAS, João. **Da Remediação à Convergência: um olhar sobre os medias portugueses**. *Brazilian Journalism Research*, 8, 1, 7-21, 2012.

CANDAU, Joël. **Memória e Identidade**. São Paulo: Contexto, 2012.

CARDOSO FILHO, Jorge; JANOTTI JÚNIOR, Jeder Silveira. A música popular massiva, o mainstream e o underground – Trajetórias e caminhos da música na cultura midiática. In: **Comunicação e música popular massiva**. Salvador: Edufba, 2006, p. 11–23.

DANTAS, Danilo Fraga. **MP3: a morte do álbum e o sonho de liberdade da canção?** *Anais do Encontro da ULEPICC*. Salvador: UFBA, 2005.

DE MARCHI, Leonardo. **A angústia do formato: uma história dos formatos fonográficos**. *Revista E-Compós*, vol. 2, abril/2005, acesso em: 05/09/2011.

FELINTO, Erik. “Materialidades da Comunicação”: **Por um Novo Lugar da Matéria na Teoria da Comunicação**. In: *Revista Ciberlegenda*, n. 05, 2005.

FERREIRA, P. P. “**O analógico e o digital: a politização tecnoestética do discurso dos DJs**”. *ANAIS da XXIV reunião da ANPOCS*. Caxambu, MG, 2004.

FREIRE FILHO, João; FERNANDES, Fernanda Marques. **Jovens, Espaço Urbano e Identidade: Reflexões sobre o Conceito de Cena Musical**. NP 21 – Comunicação e Culturas Urbanas, do V Encontro dos Núcleos de Pesquisa da Intercom. UERJ, RJ, 2005.

FREIRE FILHO, João; JANOTTI JÚNIOR, Jeder Silveira (orgs.). **Comunicação e Música Popular Massiva**. Salvador: Edufba, 2006.

FRITH, Simon. **Performing Rites: on the value of popular music**. Cambridge/Massachusetts: Havard University Press, 1996.

GOMES, Itania Maria Mota; JANOTTI JUNIOR, Jeder (orgs.). **Comunicação e Estudos Culturais**. Salvador: Edufba, 2012.

GUMBRECHT, Hans Ulrich. **Produção de Presença: O que o sentido não consegue transmitir**. Rio de Janeiro: Contracampo, 2010.

HANKE, Michael Manfred. **Materialidade Da Comunicação – Um Conceito Para A Ciência Da Comunicação?** In: Revista Contracampo, n. 14, 2006.

HERSCHMANN, Micael. Crescimento dos festivais de música independente no Brasil. In: Simone Pereira de Sá. (Org.). **Rumos da cultura da música: negócios, estéticas, linguagens e audibilidades**. 1 ed. Rio de Janeiro: Sulina ; Globo Universidade, 2010, v. 1, p. 249-266.

HUTCHEON, Linda. **“Irony, Nostalgia and the Postmodern”**. University of Toronto English Library, 1998.

JANOTTI JÚNIOR, Jeder Silveira; LIMA, Tatiana Rodrigues; PIRES, Victor de Almeida Nobre (orgs.). **Dez anos a mil – Mídia e música popular massiva em tempos de internet**. Porto Alegre: Simplíssimo, 2011.

JANOTTI JÚNIOR, Jeder Silveira. **Aumenta que isso aí é Rock and Roll – Mídia, gênero musical e identidade**. Rio de Janeiro: E-papers, 2003.

_____. **Entrevista – Will Straw e a importância da ideia de cenas musicais nos estudos de música e comunicação**. In: E-compós, Brasília, v.15, n.2, maio/ago, 2012.

_____. **Música popular ou música pop? Trajetórias e caminhos da música na cultura mediática**. In: Encontro Latino de Economia Política da Informação, Comunicação e Cultura, 2005, Salvador. Anais V Enlepicc, v.1.

_____. **Loucos por Música: cenas musicais, circuitos culturais, colecionadores e consumo de música em novos territórios sonoros**. In Comunicon: São Paulo, 2012.

JENKINS, Henry. **A cultura da convergência**. São Paulo: Aleph, 2008.

NOGUEIRA, Bruno. **Reação em Cadeia: Transformações na Indústria da Música no Brasil após a Internet**. 1. ed. Porto Alegre: Simplíssimo, 2013

PAIVA, Eduardo. **Música e Tecnologia: do vinil ao mp3**. In: Revista Contemporânea, Vol. 10, n. 01, 2012.

PERPETUO, Irineu Franco; SILVEIRA, Sergio Amadeu (orgs.). **O futuro da música depois da morte do CD**. São Paulo: Momento Editorial, 2009.

REYNOLDS, Simon. **Retromania: Pop Culture's Addiction to Its Own Past**. New York: Faber & Faber, 2011.

ROTHENBUHLER, E. W.; PETERS, J. D. **Defining phonography: an experiment in theory**. *Musical Quarterly* 81, n2, p. 242-264, 1997.

SÁ, Simone Pereira de. **“A música na era de suas tecnologias de reprodução”**. *Revista E-Compós*, vol.8 – agosto/ 2006, acesso em: 04/09/2011.

_____. O CD morreu? Viva o vinil! In: **O futuro da música depois da morte do CD**. São Paulo: Momento Editorial, 2009, p. 49–73.

_____. **“Explorações da noção de materialidade da comunicação”**. *Contracampo*, UFF, v. 10/11, p. 31-44, 2004.

_____. Arte Sonora, Audibilidades e Tecnologias na perspectiva das materialidades da comunicação. In: **Entretenimento, Felicidade e Memórias: forças moventes do contemporâneo**. São Paulo: Anadarco, 2012.

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

STALLYBRASS, Peter. **O casaco de Marx**. Belo Horizonte: Autêntica, 2012.

STRAW, Will. The Circulatory Turn. In: **The Wireless Spectrum: The Politics, Practices and Poetics of Mobile Media**. Editors: Barbara Crow, Michael Longford, Kim Sawchuk. Toronto: University of Toronto Press, 2010..

_____. Spectacles of Waste. In: Alexandra Boutros and Will Straw, editors, **Circulation and the City: Essays on Urban Culture**. Montreal: McGill Queens University Press, 2010, pp. 184-213

_____. **“Sizing Up Record Collections: Gender and Connoisseurship in Rock Music Culture.”** In Mary Celeste Kearney, ed., *The Gender and Media Reader*: London and New York, Routledge, 2011.

THÉBERGE, Paul. **“Plugged in: technology and Popular Music”**. In: Frith, Simon, Will Straw and John Street, eds, *The Cambridge Companion to Pop and Rock*, 2001, p. 3-25.

YOCHIM, E. C.; BIDDINGER, M. **“It kind of give you that vintage feel; vinyl records and the trope of death”**. In: *Media, culture and society*, V. 30(2), p. 183-195. Los Angeles, London, New Delhi, Singapore, 2008