

UNESP – Universidade Estadual Paulista

DCSO – Departamento de Comunicação Social

FAAC – Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação

Curso de Jornalismo

MEMORIAL DE PROJETO EXPERIMENTAL

Livro-Reportagem – “Jardim Elétrico - Uma Viagem Pelo Mundo dos Discos”

Bauru, 2014

Bruno Marise

MEMORIAL DE PROJETO EXPERIMENTAL

Livro-Reportagem – “Jardim Elétrico - Uma Viagem Pelo Mundo dos Discos”

Memorial de Projeto Experimental apresentado
em cumprimento parcial às exigências do Curso de
Jornalismo da Faculdade de Arquitetura, Artes e
Comunicação, do Departamento de Comunicação Social,
da UNESP – Universidade Estadual Paulista “Julio de
Mesquita Filho”, para obtenção do título de Bacharel em
Comunicação Social - Jornalismo.
Orientador do Projeto Experimental:
Prof. Dr. Marcelo Magalhães Bulhões

Bauru, 2014

Aos pais, por todo o apoio, incentivo e exemplo.

Agradecimentos

A UNESP pelo período em que
compartilhamos conhecimento.

Ao orientador professor Dr. Marcelo Bulhões pelo acompanhamento pontual,
correções precisas e apoio desde o início.

A professora Mayra Fernanda Ferreira pela leitura prévia e sugestões.

Aos amigos Rafael, Victor, João Vitor, Matheus, Lucas, Arthur, Rodrigo,
Estevão, Luís, Vinícius, Pablo, Luiz Felipe, Marcela, Amanda, Ludmylla,
Mariana, Matheus Fontes, Juliano, Wagner, Alex e Rafael Rodrigues pelos anos
de camaradagem, risadas, convivência, aprendizado e momentos memoráveis.

A minha namorada e companheira Ana Clara por todo o suporte em um
momento importante de elaboração deste projeto

A meus irmãos Pedro Marise e Clara Marise pela cumplicidade.

Um passo a frente, e você não está mais no mesmo lugar.

Chico Science

Sumário

1- Introdução

CAPÍTULO 1 - INTRODUÇÃO.....7

1.1OBJETO.....7

1.2OBJETIVOS.....7

1.2.1 Objetivo Geral: O objetivo geral deste trabalho é a criação de um livro-reportagem dentro da área do Jornalismo Cultural, cujo tema central é a trajetória dos discos de vinil ao longo do tempo, a evolução dos suportes musicais, a mudança na maneira de consumir música e a relação das pessoas com esses formatos e com a música em geral. Para a elaboração do projeto foram utilizadas técnicas de entrevista, cobertura jornalística, pesquisa e documentação.....7

1.2.2 Objetivo Específico: Pretendo com este livro fazer um panorama dos suportes musicais ao longo do tempo, mostrando como as pessoas mudaram seus hábitos de ouvir música através dos anos. Mas acima de tudo, o objetivo deste livro, é mostrar a relação das pessoas com a música, e como essa paixão faz parte de suas histórias.....7

1.3 JUSTIFICATIVA.....7

CAPÍTULO 2 – PRODUTO JORNALÍSTICO.....9

2.1 PÚBLICO ALVO.....9

2.2 PROJETO GRÁFICO EDITORIAL.....9

2.3 DESCRIÇÃO DO PRODUTO.....9

2.4 CIRCULAÇÃO E LANÇAMENTO.....10

2.5 FONTES E ENTREVISTADOS.....10

2.6 CUSTOS DO PROJETO.....11

2.6.1 MATERIAIS PERMANENTES.....11

2.6.2 MATERIAIS DE CONSUMO.....11

2.6.3 ORÇAMENTO FINAL.....12

Recursos Materiais.....12

Custo.....12

Materiais Permanentes.....	12
R\$ 2.550,00.....	12
Materiais de Consumo.....	12
R\$ 1238,80.....	12
Total.....	12
R\$ 3.788,80.....	12
2.7 ATIVIDADES DESENVOLVIDAS.....	12
CAPÍTULO 3 - COMENTÁRIOS.....	13
Bibliografia.....	14

CAPÍTULO 1 - INTRODUÇÃO

1.1 OBJETO

O disco de vinil é o suporte musical que mais tempo durou. Criado no final dos anos 1940 como substituto dos antigos discos de goma-laca também conhecidos como 78 rotações, permaneceu como a principal maneira de consumir música por mais de 40 anos. Com o surgimento e popularização dos CDs (*Compact Discs*), a partir de meados dos anos 90, os LPs (*Long Play*) foram perdendo espaço e chegaram a ser considerados obsoletos. No Brasil, as lojas especializadas pararam de vendê-los, e ficaram restritos aos sebos. No exterior, a procura pelo vinil também diminuiu bastante, mas o suporte nunca deixou de ser fabricado, ao contrário do Brasil, cuja produção foi parando até cessar. As facilidades trazidas pelo CD, como portabilidade, som mais “limpo”, praticidade, maior capacidade de armazenamento e novos recursos, acabaram “enterrando” o vinil nos anos 90. A procura pelo LP ficou restrita a colecionadores e aficionados. Mas a partir do final da década de 2000, o antigo suporte voltou a ficar em evidência, com relançamentos, inauguração de lojas exclusivas e novas prensagens. “Depois de quase desaparecerem na virada para o século 21, a coisa mudou a partir de 2007: mais e mais lançamentos em vinil voltaram às lojas e às notícias. A volta do vinil, de acordo com a *Modern Times* (09/11), ‘é fruto da iniciativa de DJs e apoiada pelo público interessado em experiências mais ‘quentes’ e profundas com a música ‘disponível em formato analógico’, anotou a revista. A chegada do som digital prometia aposentar para sempre os antigos LPs, mas não foi isso que aconteceu: de acordo com estatísticas da Nielsen Soundscan, “vendas em vinil aumentaram a 3,9 milhões de unidades em 2011, acima dos 2,8 milhões em 2010. O relatório de meio de ano mostra que as vendas do vinil para este ano devem acabar com 14% (de crescimento) sobre 2011”, publicou (09/11) a *Modern Times*.” (ALBUQUERQUE, 2012).

Aos poucos, as vendas de vinil foram aumentando, gerando um novo tipo de mercado. Apesar de os números estarem longe de repetir os feitos das décadas passadas, alguns dados têm sido significativos. “Acredite ou não, os discos de vinil com os quais a geração pós-guerra cresceu estão ganhando força de novo, e muitas gravadoras prensam edições novas de todos os gêneros de música, desde o trabalho de bandas dos anos 60, até banda *indie* contemporâneas cujos membros jovens acham que é legal poder dizer que foram ‘lançados em vinil’. Obviamente, não há chance nenhuma que o vinil suplante a música digital nos *iPods*, *smartphones* e *laptops*, mas a demanda tem sido forte o suficiente para que as grandes empresas de eletrônicos, como a *Sony* e a *Ion Audio*, começassem a fabricar toca-discos de novo”. (FITGERALD, 2013)

Apesar de no Brasil esse mercado estar crescendo, ele ainda é muito específico comparado ao exterior. “Há alguns dias, a *Nielsen SoundScan*, sistema de informações que contabiliza os resultados dos mercados fonográficos americano e canadense, apontou que, só na primeira metade de 2013, o crescimento da venda dos discos de vinil nesses territórios foi de 33,5%. Existe hoje, nos Estados Unidos, uma projeção de que, ao fim do ano, esses representantes de um formato tido como ultrapassado e pouco prático tenham vendido 5,8 milhões de unidades, contra 4,6 milhões em 2012 (um crescimento de 27,9%). E no Reino Unido, onde as pequenas lojas de discos têm hoje nas bolachas de plástico uma parcela significativa de suas vendas (36% do total), o aumento, nos primeiros três meses de 2013, foi de 78%. Era uma tendência que já se anunciava forte em abril, quando a Federação Internacional da Indústria Fonográfica (IFPI) anunciou seus números do ano de 2012. Embora a venda de música por meios físicos tenha caído 5% no período, os discos lançados em vinil renderam um total de US\$ 117 milhões — o melhor resultado do formato nos últimos 15 anos” (ESSINGER, 2013)

A volta do interesse e da comercialização e produção do disco de vinil é uma realidade. Mas o que causou esse “renascimento”? Esse é um dos aspectos que livro vai apurar, além de mostrar todo o relacionamento das pessoas com a música, e como os discos fazem parte de suas vidas.

1.2 OBJETIVOS

1.2.1 Objetivo Geral: O objetivo geral deste trabalho é a criação de um livro-reportagem dentro da área do Jornalismo Cultural, cujo tema central é a trajetória dos discos de vinil ao longo do tempo, a evolução dos suportes musicais, a mudança na maneira de consumir música e a relação das pessoas com esses formatos e com a música em geral. Para a elaboração do projeto foram utilizadas técnicas de entrevista, cobertura jornalística, pesquisa e documentação.

1.2.2 Objetivo Específico: Pretendo com este livro fazer um panorama dos suportes musicais ao longo do tempo, mostrando como as pessoas mudaram seus hábitos de ouvir música através dos anos. Mas acima de tudo, o objetivo deste livro, é mostrar a relação das pessoas com a música, e como essa paixão faz parte de suas histórias.

1.3 JUSTIFICATIVA

No jornalismo cultural e mais especificamente no campo do jornalismo musical, são poucos os livros de autores nacionais. A grande maioria são traduções de títulos estrangeiros. No tema em questão, as opções são ainda mais escassas. Durante o período de pesquisa para a elaboração do trabalho, não encontrei nenhum livro específico sobre o assunto e os que tinham alguma relação, tratam do tema apenas vagamente, e não como foco principal. Portanto a obra “Jardim Elétrico – Uma Viagem Pelo Mundo dos Discos” pode

suprir a falta de livros da área, além de se enquadrar no gênero de livro-reportagem, também pouco utilizado no jornalismo cultural.

O formato de livro-reportagem foi escolhido, pois é o mais adequado para aprofundar o tema e lhe dar o tom romântico que ele merece. Além de que, esse estilo de obra não é efêmero, e abrange inúmeros tipos de assunto, como diz Edvaldo Pereira Lima no livro *Páginas Ampliadas: o Livro Reportagem como extensão do jornalismo e da literatura* (2004).

A função particular do livro-reportagem é informar e orientar em profundidade sobre ocorrências sociais, episódios factuais, acontecimentos duradouros, situações, ideias e figuras humanas, de modo que ofereça ao leitor um quadro da contemporaneidade capaz de situá-lo diante de suas múltiplas realidades, de lhe mostrar o sentido, o significado do mundo contemporâneo. (LIMA, 2004, p.39)

CAPÍTULO 2 – PRODUTO JORNALÍSTICO

2.1 PÚBLICO ALVO

O público alvo deste livro consiste em pessoas na faixa de 12 a 80 anos, sem restrição de sexo ou região. O tema deve atrair os que têm mais afinidade com música ou se interessam pela história dos suportes musicais, mas a

linguagem simples e tom leve da narrativa não afastam os que não têm tanto contato com a área, podendo servir até como um aprendizado para se iniciar no assunto. Não houve pesquisa de opinião junto ao público alvo.

2.2 PROJETO GRÁFICO EDITORIAL

O livro “Jardim Elétrico – Uma viagem pelo mundo dos discos” é dividido em cinco capítulos, sendo “Por Que Vinil?”, “As Lojas”, “Os Bolhas”, “Música Digital e a Decadência do Vinil” e “A Volta dos Que Não Foram”. A narrativa segue ordem cronológica. A linha do tempo se inicia com o surgimento do vinil, no final dos anos 40 e termina na atualidade. A divisão de capítulos serve apenas para dividir os assuntos discutidos, mas não existe uma separação rígida entre eles, e o tema central é sempre trazido à tona. O primeiro capítulo por ser mais complexo, requereu uma maior divisão em tópicos, para facilitar a organização e deixar cada um deles devidamente esclarecido. O terceiro capítulo, que traça os perfis dos apaixonados por música, foi dividido em pequenas “fichas”, com foto de cada um. Os demais capítulos seguem o padrão narrativo tradicional, apenas divididos em subtópicos para melhorar o andamento do texto.

A ideia foi criar um livro-reportagem com narração em terceira pessoa, típica do gênero. A linguagem utilizada é mais leve e informal, como o tema pede, mas sem cair no coloquial. Uma escrita muito sisuda tornaria a leitura cansativa. A cultura dos discos tem uma linguagem bastante técnica e cheia de termos característicos, porém, isso não se encontra no livro, com alguns termos sendo usados apenas quando necessário, e deixando-os devidamente explicados.

A capa do livro foi inspirada na capa do disco *Cheap Thrills* da banda Big Brother And The Holding Company, desenhada pelo quadrinista Robert Crumb. As ilustrações fazem referência a algumas capas de discos icônicas, e foram feitas a mão. O restante do planejamento gráfico foi planejado para ser

bastante ilustrativo, já que os discos de vinil são algo bastante visual. As fotos e ilustrações utilizadas são todas cedidas de arquivo pessoal ou bancos de imagem virtuais.

2.3 DESCRIÇÃO DO PRODUTO

O livro-reportagem foi diagramado nas dimensões 158mm x 230mm e contém 96 páginas em preto e branco. A fonte usada foi *RotisSansSerif*, que possui a elegância das fontes serifadas, porém mais moderna e *clean*. As cores são cinza 80% e preto 100%. O espaçamento entre-letras varia entre 0 e 20 e o espaçamento entre-linhas varia entre 15 e 16.

A diagramação foi projetada com o objetivo de apresentar o assunto de uma forma moderna e informal, mas ainda assim com a seriedade que o assunto demanda e o domínio de conhecimento que o autor demonstra. A utilização de imagens, além de ilustrar diretamente determinadas passagens do livro, pretende, em amplo grau, tornar a leitura ainda mais atraente e leve.

O projeto gráfico utilizado tem o objetivo de que o livro tenha uma linha gráfica condizente com outras obras do estilo e/ou assunto.

Os capítulos são dispostos da seguinte maneira:

Capítulo 1 – “Por Que Vinil?": Conta as origens do disco de vinil e faz um apanhado bastante complexo sobre aspectos da indústria, selos fonográficos, recordes de vendas, discos raros e todos os depoimentos sobre o culto ao vinil.

Capítulo 2 – “As Lojas” – Uma homenagem a todas as lojas de discos, elemento fundamental da cultura musical, representadas neste capítulo pela história da Nuvem Nove, um dos estabelecimentos mais tradicionais e respeitados de São Paulo, que fechou em 2008.

Capítulo 3 – “Os Bolhas” – Um capítulo que traça o perfil dos apaixonados por música e discos, trazendo a história, as opiniões e as preferências de cada um.

Capítulo 4 – “Música Digital e a Decadência do Vinil” – Aqui, conta-se como foi o surgimento do CD, e os anos de ostracismo do vinil, e posteriormente como a música em formato digital revolucionou o mercado e a maneira de as pessoas a consumirem.

Capítulo 5 – “A Volta dos que não Foram” – O que aconteceu para que o vinil voltasse a ser tão cultuado? É realmente uma volta? O capítulo de encerramento do livro pretende responder essas perguntas, e traçar um panorama do mercado fonográfico na atualidade, além de deixar claro que acima de tudo, o mais importante é a relação que as pessoas têm com a música, independente do suporte.

2.4 CIRCULAÇÃO E LANÇAMENTO

O produto foi elaborado para a possibilidade de ser publicado e comercializado posteriormente. A distribuição pode ser feita através de editoras, e vendidas em livrarias ou bancas de revista.

2.5 FONTES E ENTREVISTADOS

A elaboração do livro foi feita com base em entrevistas e pesquisa. No total foram entrevistadas 14 pessoas. Segue abaixo o nome, e ocupação de todas:

Bento Araújo – Jornalista

José Damiano – Ex-lojista e colecionador

Renê Ferri – Ex-lojista e colecionador

Chuck Hipolitho – Produtor musical, músico e apresentador

Gaía Passareli – Jornalista e apresentadora

Micael Machado – Colecionador

Mairon Machado – Colecionador

Davi Pascale – Jornalista e colecionador

Pablo Ribeiro – Artista Plástico, designer e colecionador.

Régis Tadeu – Jornalista e crítico musical

Tony Aiex – Jornalista

Wagner Xavier – Colecionador

Paulo Terra – Lojista e colecionador

Marco Gaspari – Ex-lojista e colecionador

As entrevistas foram realizadas presencialmente, e por telefone ou e-mail no caso de impossibilidade de locomoção ou por opção do entrevistado. A gravação da entrevista com o crítico e jornalista Régis Tadeu se perdeu após o aparelho que armazenava o arquivo de áudio ter sido furtado. Houve tentativa de remarcar, mas sem resposta da fonte. Porém, algumas impressões da conversa puderam ser utilizadas ao longo da obra.

2.6 CUSTOS DO PROJETO

2.6.1 MATERIAIS PERMANENTES

Quantidade	Especificação	Custo
01	Notebook	R\$ 1.700,00
01	Celular Smartphone	R\$ 800,00
01	Pen Drive de 4 GB	R\$ 50,00
Total		R\$ 2.550,00

2.6.2 MATERIAIS DE CONSUMO

Quantidade	Especificação	Custo
01	Diagramação do livro	R\$ 200,00
01	Ilustração da capa	R\$ 150,00
40	Impressão do livro	R\$ 888,80
Total		R\$ 1238,80

2.6.3 ORÇAMENTO FINAL

Recursos Materiais	Custo
Materiais Permanentes	R\$ 2.550,00
Materiais de Consumo	R\$ 1238,80
Total	R\$ 3.788,80

2.7 ATIVIDADES DESENVOLVIDAS

Todas as atividades jornalísticas – planejamento, elaboração, entrevistas, pesquisa e texto- foram realizadas pelo autor. A revisão ficou a cargo do orientador do trabalho, Prof. Dr. Marcelo Magalhães Bulhões. A ilustração da capa foi feita pelo artista Freddy Leal e o planejamento gráfico e diagramação realizada pelo artista plástico e designer Pablo Ribeiro.

A inspiração para o projeto veio a partir de uma matéria realizada em 2012 para o suplemento realizado como trabalho final da disciplina de Jornalismo Impresso II, cuja pauta era o “retorno” do vinil. Então surgiu a ideia de ampliar a e aprofundar essa discussão, fazendo um apanhando história de toda a história do LP e dos demais formatos musicais, e mais do que isso, fazer isso através das histórias de pessoas que vivem nesse meio, e mostrar sua relação com a música e os discos. O fato de o assunto estar em alta e constantemente aparecer como pauta de jornais, revistas e programas também colaborou para a decisão final.

O formato de livro-reportagem foi escolhido pelo tom romântico que o tema pede, e por possibilitar a imersão do autor no meio dos aficionados por música. Além disso, no campo do jornalismo cultural nacional são poucos os exemplos de livros-reportagem, o que geraria uma experiência diferenciada.

O execução do trabalho começou com a leitura de bibliografias relacionadas a livros-reportagem, para se ter uma ideia de estrutura, estilo de texto e documentação. A partir daí, a maior parte da coleta de material aconteceu através de entrevistas com jornalistas, colecionadores, lojistas e entusiastas. Visitas a lojas e feiras de discos também fizeram parte do processo.

Após a realização das entrevistas e coberturas, todo o material foi organizado e separado por fontes. Leitura de sites, blogs e livros específicos sobre o tema também foram essenciais nessa etapa do projeto, servindo como base para a inclusão de curiosidades, citações, dados históricos, estatísticas e informações precisas.

Com a organização do material finalizada, iniciou-se a fase de redação do livro. Inicialmente, não existia uma divisão formal em capítulos, que foi acontecendo gradualmente, em conjunto com o desenvolvimento do texto, de acordo com a temática central de cada período.

O estilo de escrita foi se construindo naturalmente, com linguagem informal e leve, com o objetivo de não cansar o leitor além de possivelmente atrair pessoas que não têm tanta afinidade com o tema da obra. O texto é em terceira-pessoa, com o estilo baseado em livros-reportagem, além de influência de autores do jornalismo cultural.

Apesar de ser uma obra jornalística e escrita em terceira-pessoa, não houve a pretensão de o autor portar-se como um crítico musical ou propriedade no assunto, mas sim deixar suas impressões como um apaixonado pelo assunto, acima de tudo, e criar um livro feito de “fã para fã”.

CAPÍTULO 3 - COMENTÁRIOS

A realização deste projeto foi sem dúvida o maior desafio enfrentado nos quatro anos de graduação. Mas ao mesmo tempo, foi também o mais gratificante e possibilitou por em prática todo o aprendizado das disciplinas e adquirir experiência em um trabalho jornalístico real.

A pesquisa e busca por fontes começou no início de 2013, e foi uma das maiores dificuldades, já que a maioria delas residem em lugares distantes de Bauru, cidade do autor, além de terem uma agenda atribulada. Algumas viagens à São Paulo foram necessárias, e a experiência foi riquíssima. Além de ter contato direto com o “universo” dos discos, visitando lojas, feiras e casas de colecionadores, foi possível conhecer pessoas importantes e influentes nessa área e no jornalismo musical brasileiro, que sem dúvida são referências para

mim. Pude visitar a redação da revista *poeira Zine*, em São Paulo, para entrevistar o editor Bento Araújo, um dos meus ídolos na área, o que acabou me rendendo um convite para participar da gravação do *PoeiraCast*, podcast da *poeira Zine*, onde os jornalistas Bento, Sérgio Alpendre, Ricardo Alpendre e o ex-lojista José Damiano batem um papo descontraído sobre música. Na sequência pude participar da famosa “pizza” que acontece após a gravação, e dessa vez tive a oportunidade de conhecer o crítico musical Régis Tadeu. Essa reunião gerou mais duas entrevistas. Algumas semanas mais tarde pude visitar a casa de José Damiano, no Itaim Bibi, para entrevista-lo, e cheguei a conhecer o sebo que hoje ocupa o lugar da antiga Nuvem Nove, loja de discos a qual José foi proprietário por 17 anos. Tempo depois, marquei uma entrevista com Régis Tadeu, também em São Paulo. Infelizmente, o registro da conversa se perdeu após o furto do aparelho em que o arquivo estava armazenado. Mesmo assim, ter conhecido e podido conversar com uma das pessoas mais entendidas e polêmicas do jornalismo musical brasileiro foi uma experiência que só somou à minha carreira.

A elaboração do texto foi um processo bastante complexo. Além das entrevistas como base, foi necessário muita pesquisa e consultas para complementar a narrativa com dados históricos, estatísticas e informações.

O resultado final foi satisfatório, e a conclusão de um livro-reportagem representou o conjunto de todo o aprendizado obtido em quatro anos de faculdade. Além disso, foi um imenso prazer poder trabalhar e realizar um projeto sobre um assunto tão apaixonante e gratificante como música.

O jornalismo cultural ainda é uma área pouco valorizada no geral, e obras como essa podem mostrar que discussões relacionadas à cultura são relevantes e estão diretamente ligadas a outros aspectos da sociedade e do desenvolvimento dos povos, além de serem parte essencial das relações humanas.

Como jornalista, a realização deste trabalho de conclusão de curso só me acrescentou. Pude melhorar minhas técnicas de entrevista, apuração de

informações, busca de fontes, documentação, organização de dados e acima de tudo foi um grande exercício de escrita, para mim, um dos artifícios mais difícil da profissão.

De minha parte, como autor do livro, estou totalmente satisfeito, espero que, acima de tudo, ele agrade os leitores, e traga boas lembranças e faça com que os fãs de música como eu se identifiquem, e que outros que não tem tanto contato com a área, possam ver nessa obra um começo e um incentivo.

Bibliografia

- ALBUQUERQUE, Sergio da Motta e. *Observatório da Imprensa*. 27 de Novembro de 2012.
http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/_ed722_o_retorno_do_vinil_em_plena_era_digital (acesso em 21 de Janeiro de 2014).
- ALEXANDRE, Ricardo. *Cheguei Bem A Tempo de Ver O Palco Desabar - 50 Causos e Memórias do Rock Brasileiro (1993-2008)*. Porto Alegre: Arquipélago Editorial, 2013.
- Durval Discos*. Direção: Anna Muylaert. Elenco: Marisa Orth, André Abujamra, Rita Lee, Ary França. 2002.
- ASSEF, Claudia. *Folha de S. Paulo*. 15 de Dezembro de 2013.
<http://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2013/12/1385129-mercado-de-vinil-tem-o-seu-melhor-ano-setor-e-minusculo-no-pais.shtml> (acesso em 26 de Janeiro de 2014).
- CALAMAR, Gary e GALLO, Phill. *Record Store Days*. Nova York: Sterling, 2009.
- CAPOTE, Truman. *A Sangue Frio*. São Paulo: Companhia das Letras, 2003.
- Alta Fidelidade*. Direção: Stephen Frears. Elenco: John Cusack. 2000.
- DANTAS, Audálio. *Tempo de Reportagem*. São Paulo: Leya, 2012.
- ELBOROUGH, Travis. *The Vinyl Countdown - The Album From LP to Ipod and Back Again*. California: Soft Skull Press, 2008.
- ESSINGER, Silvio. *O Globo*. 4 de Agosto de 2013.
<http://oglobo.globo.com/cultura/seguindo-tendencia-mundial-venda-de-discos-de-vinil-cresce-no-brasil-9344115> (acesso em 22 de Janeiro de 2014).
- FITGERALD, Jay. *Whiplash*. 26 de Novembro de 2013.
http://whiplash.net/materias/news_821/192966-industriamusical.html#.Ut7cZxBTvIU (acesso em 22 de Janeiro de 2014).
- HORNBY, Nick. *Alta Fidelidade*. São Paulo: Companhia das Letras, 2013.
- LIMA, Edvaldo Pereira. *Páginas Ampliadas: O Livro Reportagem como Extensão do Jornalismo e da Literatura*. 4. ed. São Paulo: Manole, 2008.
- MILANO, Brett. *Vinyl Junkies - Adventures in Record Collecting*. Nova York: St. Martin's Griffin, 2003.



JARDIM ELÉTRICO





Diagramação: Pablo Ribeiro
Revisão: Marcelo Bulhões
Ilustração da capa: Freddy Leal





JARDIM ELÉTRICO

Uma Viagem Pelo Mundo Dos Discos

Projeto Experimental apresentado à Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação da Unesp, como parte dos requisitos para obtenção do grau de Bacharel em Comunicação Social: Jornalismo com orientação do Prof. Dr. Marcelo Magalhães Bulhões.





A todos os *"bolhas"*
Que dividem a paixão e admiração pela música







Prefácio

O prefácio desse livro vai ser elaborado pelo jornalista Bento Araújo, infelizmente ele não conseguiu terminar o texto antes da impressão para o protocolo do TCC, mas na impressão final ele estará presente.





Introdução

Não sei exatamente como foi o meu primeiro contato com a música. Tenho lembranças de ficar viajando com as melodias dos compositores eruditos que meu pai ouvia. Mas uma certeza que tenho é que cresci em um ambiente com música tocando por todos os lados. Veio a adolescência e a trilha sonora foi engrossando, com guitarras cada vez mais altas e um certo vício que não me largava por nada. Drogas? Não. Música, mesmo. São mais de dez anos respirando acordes, melodias e ritmos. Meu pai dizia que era apenas uma fase. Mas hoje passado os 20 e poucos anos, já tenho a certeza de que é uma verdadeira paixão.

Esse livro irá contar a história do formato musical que mais tempo reinou: o disco de vinil. Não pretendo provar que os LPs são superiores, afinal tanto o CD como o MP3 tem sua importância na evolução do consumo fonográfico, mas apenas prestar uma homenagem a esse formato charmoso que representa um período em que se ouvir música era um evento, um ato quase cerimonial. Onde o que saía dos sulcos do vinil era degustado plenamente em cada chiado, cada som.

Hoje há muita pressa, muita urgência. Nunca se escutou tanta música, mas ao mesmo tempo nunca se OUVIU tão pouca música. Meu objetivo aqui não é fazer um embate entre os suportes musicais, mas acima de tudo, mostrar a relação das pessoas com a música e como os discos fazem parte de suas vidas.

O nome *Jardim Elétrico* foi escolhido não só como uma homenagem ao meu disco favorito d'Os Mutantes, mas também por ser um jogo de palavras bastante sugestivo. Ele é sonoro e visual ao mesmo tempo. Dá a ideia de algo que chama a atenção pela aparência (jardim) mas também tem um elemento sonoro, inquieto (elétrico). E nada representa melhor o conceito de um disco do que isso: A junção do som com o visual da arte gráfica.

Dedico essa obra a todos os amigos que levam música mais a sério do que qualquer outra coisa e dedicam boa parte do seu tempo ao simples mas maravilhoso prazer de ouvir um bom som. Boa viagem, e boa leitura.

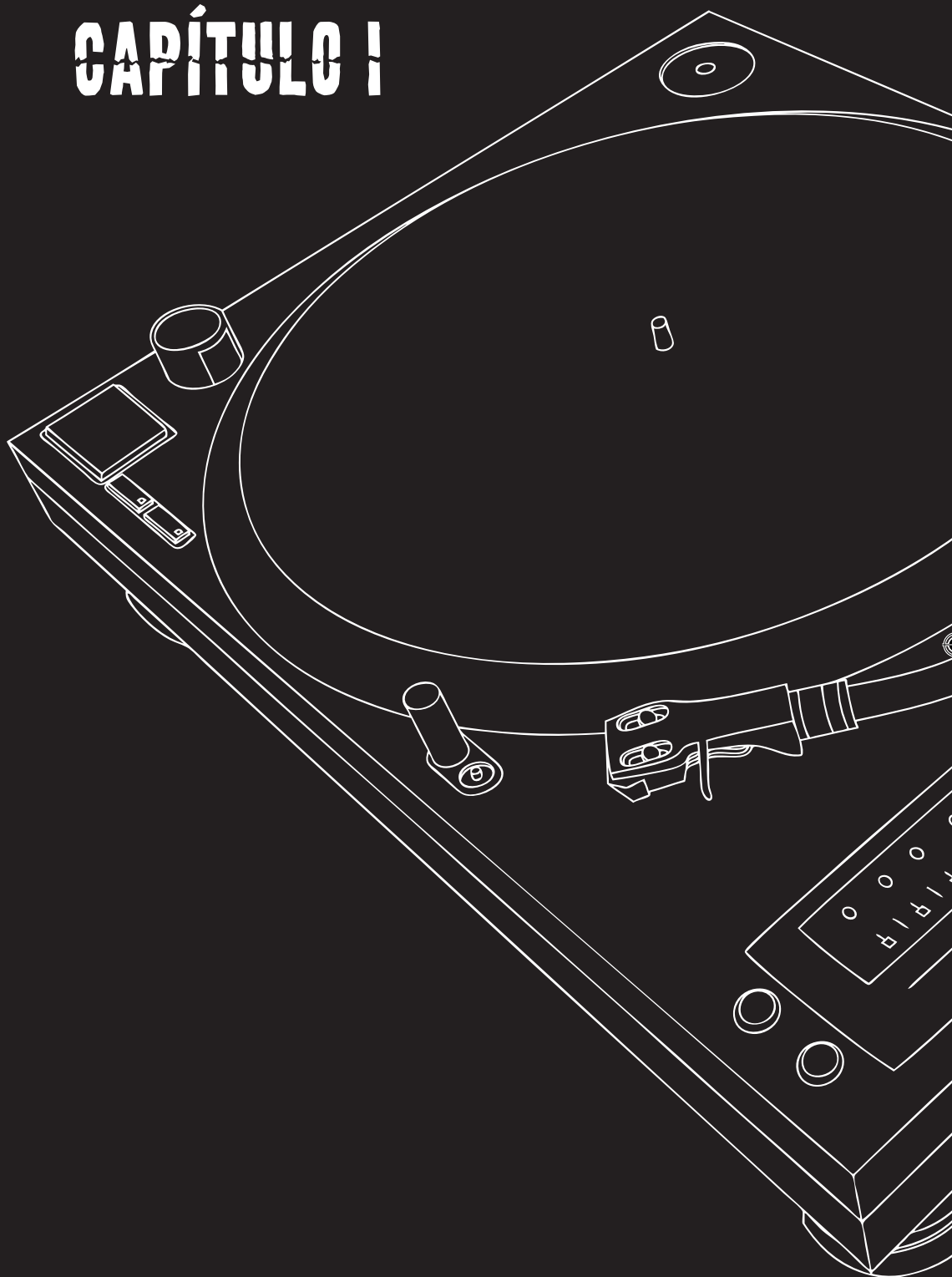


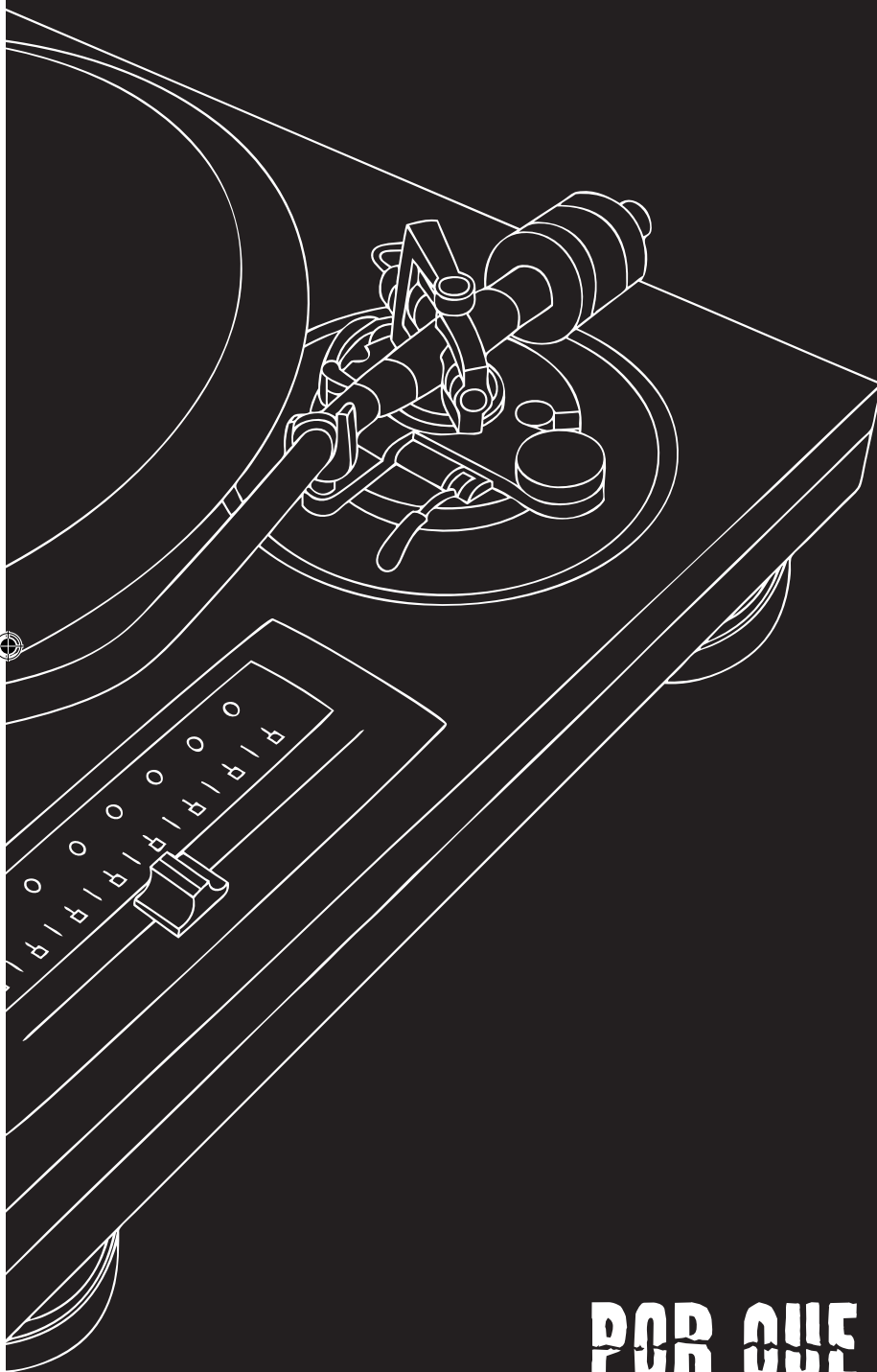


ÍNDICE:

	<i>Prefácio:</i> _____	07
	<i>Introdução:</i> _____	09
	<i>I Por que vinil?</i> _____	14
	<i>II As lojas</i> _____	42
	<i>III Música digital e a decadência do vinil</i> _____	58
	<i>IV Os bolhas</i> _____	74
	<i>V A volta dos que não foram</i> _____	86

CAPÍTULO I





POR QUE VINIL?



É exatamente isso que você, leitor pode estar se perguntando. Bem, na verdade este não é um livro apenas sobre o vinil. É um livro sobre amor pela música. O LP (Long Play) pode parecer o protagonista, pois foi o suporte musical que mais tempo durou e é o preferido entre os apreciadores dos bons sons, além de hoje estar passando por uma espécie de renascimento. Mas daremos também espaço ao CD e ao MP3 para entender como as pessoas passaram a encarar a música de uma geração para a outra.

É puro radicalismo dizer que a boa escuta musical, em termos tecnológicos morreu a partir do surgimento do CD. A diferença é que na época em que o vinil reinou, prestava-se muito mais atenção ao disco. O vinil era consumido plenamente. Comprar um álbum novo era uma vitória, principalmente quando eles começaram a sair no Brasil, na década de 60. "Quando eu comprava um vinil, eu acordava, botava o disco pra ouvir, ia um amigo em casa só para isso. Era uma epopeia, ficava ouvindo toda hora. E com o CD eu não tenho tanta paciência, às vezes eu ouço pingando, mudando faixa por faixa. Era um evento você ter um disco. Eu lembro meus amigos falando 'Pô, comprei um Alice Cooper novo, vem ouvir aqui em casa no sábado!'. E hoje não tem mais esse prazer. Você tem tanto acesso a tanta coisa. Não se curte mais aquele momento do disco. Você compra, já tem um monte de coisa pra ouvir, é muita oferta, muita informação", relata José Damiano, um dos lojistas mais queridos de São Paulo, que há 17 anos esteve por trás da Nuvem Nove, considerada a melhor loja de discos da cidade, até fechar as portas em 2008.

Atualmente, os discos não representam apenas a música em formato comercial. Eles são uma verdadeira joia para os fãs. Mais do que simples artefatos colecionáveis, o valor do disco é mais artístico e sentimental do que financeiro. Qualquer um que tenha relação com a música desde cedo, vai associar esse ou aquele disco com determinado momento de sua vida. Uma festa, o fim de um relacionamento amoroso, a perda de um parente, uma viagem ou alguma pessoa querida. Cada LP constitui a trilha sonora de uma vida. Mais que um registro, é um artefato que permite reviver lembranças ao se pôr a agulha no plástico. "A memória que eu tenho é que quando eu fui do interior para São Paulo, o que eu levei foram meus discos. E até hoje quando eu me vejo indo de um lugar para outro, seja porque eu terminei com uma namorada ou algo assim, eu me vejo levando os discos, tendo que carregar e meu, vai ficando cada vez mais pesado", diz Chuck Hipolito, músico, apresentador, produtor, e acima de tudo, aficionado por música.



Jardim Elétrico - Uma viagem pelo mundo dos discos





O vinil é um formato charmoso. Capa grande, o peso, o som encorpado, o cuidado que se deve ter com o manuseio, os chiados. E o LP representa uma época em que ouvir música não era o mero apertar o play. Para muitos, era deixar algo lhe envolver, prestar atenção em cada detalhe, degustar faixa por faixa, trocar o lado, por para tocar de novo, economizar dinheiro para poder consumir as suas canções favoritas, dar valor àquilo que o artista se dedicou a criar. Transformar o simples ato de ouvir música em um estilo de vida e fazer daquele tempo de rotação da bolacha um indefinível prazer.



Vendendo Música

A música como manifestação cultural dos povos existe há milhares de anos, mas ela começou a ser registrada apenas com o surgimento dos discos de goma-laca, também conhecidos como 78 RPM ou 78 rotações. O ato de se registrar e gravar sons existe desde o século XIX, porém os 78 RPM que se popularizaram só surgiram na década de 10 do século seguinte, padronizados pela companhia RCA Victor.

Em 1948, após quatro anos de desenvolvimento, a gravadora Columbia pôs no mercado o LP. Os Long Players, feitos de plástico, medindo 12 polegadas e com rotação de 33 1/3, desbancaram os discos de goma laca.

Bruno Marise





Os LPs eram mais leves, resistentes e tinham maior capacidade de armazenamento. Na mesma época, a RCA Victor criou os LPs de 45 rotações. A partir de 1950, a Capitol era a única gravadora lançando discos em três formatos, 78, 45 e 33¹/₃ rotações. Inicialmente, as gravadoras, ainda inseguras com a novidade, primeiro lançavam o disco em 78 RPM e, caso as vendas fossem bem, a versão em 45 RPM saía.

Até então, a grande maioria das gravações eram de jazz ou música erudita. Nos anos 50, após o fim da Segunda Guerra Mundial e com a ascensão definitiva dos Estados Unidos como nova potência mundial, a juventude dos anos 50 foi a primeira geração de adolescentes a ser sustentada pelos pais. Assim, surgiu uma nova concepção "teen", e a cultura do Rock n Roll e de divertimento com a guitarra de Chuck Berry, a ousadia de Little Richard e o fenômeno Elvis Presley tornando-se a trilha sonora dessa geração. Foi a partir de 1956, com a explosão desse novo ritmo, a nova cultura jovem e o consagração de Elvis Presley, que os 45s e 33¹/₃s começaram a se popularizar e vender milhares de cópias. Nesse ano, a RCA Victor registrou 13,5 milhões de vendas, das quais 20% foram só discos de Elvis. Na época, o comum era comprar compactos. A cultura de adquirir os Long Players aconteceria um pouco mais tarde com o surgimento de um quarteto de Liverpool, The Beatles.

Em 1958, Elvis tinha ido para o exército, Buddy Holly tinha morrido e a primeira fase de ouro do Rock chegava ao fim. Com a invasão inglesa e a Beatlemania, o impulso jovem renasceu, e a cultura de comprar LPs tornou-se mais forte. Foram dos Beatles também o primeiro disco conceitual, *Sgt Pepper's Lonely Hearts Club Band*, lançado em 1967, que começou a chamar mais atenção para se ouvir o disco na íntegra.

Os anos 60 consagraram o hábito de se consumir música, que era algo bastante esporádico. A praticidade e maior durabilidade dos novos discos de 45 e 33¹/₃ rotações e os aparelhos de alta fidelidade também contribuíram para essa nova cultura.

A partir dos anos 60, com o LP se consolidando como o formato definitivo para consumir música, as vendas eram catapultadas pelas bandas da Invasão Britânica, como Beatles, Rolling Stones, The Animals e The Kinks. No Brasil, explodia a Jovem Guarda e o início do Rock no país, mas a cultura de comprar discos demoraria um tempo para se consolidar. "Era uma luta. Por muito tempo eu só comprava compacto, e suado, porque para a minha faixa na época, classe média, disco era uma coisa muito cara, era um bem que não se estava acostumado a consumir. Às vezes eu voltava a pé da escola pra guardar o dinheiro do ônibus, ou deixava



Jardim Elétrico – Uma viagem pelo mundo dos discos



de comer um lanche pra juntar uns trocados e comprar um compactozinho dos Animals, dos Beatles", lembra José Damiano, o homem por trás da Nuvem Nove, considerada uma das melhores lojas de discos de São Paulo.

Além do preço alto, a variedade de bandas era pequena, os discos demoravam a sair, e quando saíam eram bastante "mutilados". "Beatles, até praticamente o Revolver, os discos saíam todos picotados. Vinha misturado o *Rubber Soul* com o Help, por exemplo. Eles pegavam as faixas que interessavam e faziam um LP. Só do Sgt Pepper's em diante que começou a sair igual à discografia inglesa, então não se tinha uma noção exata de como era o trabalho do artista, porque eles punham compacto, com faixa de um LP, faixa de outro. As discografias de bandas inglesas foram muito prejudicadas", conta José.

"Quando era jovem, lembro que não tinha amizade com os donos de algumas lojas. Então eu não sabia quando eles iam receber os novos lotes de discos. Por isso, deixava para passar lá a cada 15 dias, uma semana. Era interessante, porque eu levava o disco lacrado, não podia ouvir antes, e diferente de hoje que você entra na internet, ouve e já sabe o que vai comprar, na época você não sabia.

Eu saía da loja e chegava em casa naquela expectativa toda, porque era uma viagem, eu tinha que sair da Mooca, pegar um ônibus ir até o centro da cidade, andar até a loja, comprar e voltar. Quando chegava, abria o lacre com todo o cuidado, e às vezes ia ouvir o disco e era uma merda, aí falava 'como é que eu gastei dinheiro nisso aqui?'. Mas existiam alguns truques que a gente fazia. Dependendo da forma que você abria o lacre, dava pra colocar um durex, fechar de novo o lacre, aí você pegava a chama de uma vela e passava bem devagarzinho sobre o durex e deixava esfriar bem e quando tirava o durex, o lacre estava novinho. Assim dava pra voltar na loja. Se eu fosse na loja trocar com o lacre aberto eles não aceitavam, então eu chegava lá e falava, 'Ganhei esse disco do meu primo, mas eu já tinha, tem como trocar?' Maior mentira. Eles trocavam o disco desde que tivesse defeito de fábrica. Outro truque que a gente fazia era esquentar uma colher no fogo e depois dava uns toquezinhos no vinil e aquilo acabava comendo um pedaço do sulco e criava um defeito no disco. Depois eu tinha que voltar na loja rezando pra que eles só tivessem aquele exemplar e eu pudesse escolher outro, porque geralmente eles trocavam pela mesma mercadoria, às vezes você tinha a sorte de chegar lá e o cara falar 'Ah, desse eu não tenho mais', e você falava 'Putz, que pena, vou ter que escolher outro',

Bruno Marise





conta aos risos o publicitário aposentado Marco Gaspari, colecionador e ex-proprietário de sebo.

O relato acima pode parecer piada, mas quem viveu o auge do vinil pode facilmente se identificar com esse tipo de história.

Por ser o principal formato de se veicular música por mais de 30 anos, o vinil é um objeto que causa comoção. Quando indagados sobre o motivo de o LP ser algo tão apaixonante, as respostas são quase unânimes, e divididas em três partes. A primeira delas é a questão material. O tamanho da capa faz diferença e muita na hora de uma banda criar a arte gráfica de seus discos. A dimensão do quadrado de papelão que envolve o disco permite uma enorme liberdade criativa, transformando aquilo em uma obra de arte. Além do encarte, um deleite para os colecionadores.

O segundo motivo, sempre citado, é uma espécie de "ritual" que envolve o vinil, que vai da busca, a escolha até o momento de se chegar em casa, abrir o plástico, puxar o disco, coloca-lo na vitrola, posicionar a agulha e esperar os pequenos segundos que separam o característico chiadinho do começo da primeira faixa. "É algo que demanda de toda uma atenção. O fato de você levantar do sofá pra mudar de lado, abrir o lacre, puxar um encarte de dentro da capa, te traz certa intimidade com aquilo.

Não dá pra você fazer isso enquanto dirige ou enquanto faz esteira. Quando você está ouvindo um LP, você está ouvindo um LP", afirma o jornalista e colecionador Davi Pascale. Toda essa experiência tátil só é possível com o vinil.

Por último, e de maneira nenhuma menos importante, a superioridade sonora. Para os entusiastas do vinil, a maneira como é gravado, de modo analógico, permite que som seja mais "encorpado", fiel às sessões de gravação e com uma qualidade muito melhor ao som digital do CD e do MP3. Mas por que esse som é mais "encorpado" e mais balanceado que os demais suportes? É necessário saber como funciona fisicamente um disco de vinil.

Um plástico que toca música

Os discos de vinil possuem pequenas ranhuras que, em contato com a agulha dos toca-discos a fazem vibrar e esse processo é convertido em um sinal elétrico posteriormente amplificado e liberado em forma de som. "O vinil reproduz o que está acontecendo ali. Exatamente como é. Vai depender de um monte de coisas, mas é como se o alto-falante estivesse ligado no vinil, direto", explica Chuck Hipolito.

O processo de produção do vinil é totalmente analógico, assim como toda espécie de áudio. As músicas das sessões de gravação são registradas em rolos



Jardim Elétrico – Uma viagem pelo mundo dos discos



magnéticos, em um processo totalmente físico. Com a tecnologia digital, é possível que se recortem “pedaços” da música, para deixar uma faixa mais coesa. Na gravação analógica, isso é impossível, o que obrigava a banda a tocar quantas vezes fosse necessário até que ficasse “ideal”. Esse é um dos motivos de os defensores do vinil afirmarem que seu som é mais fiel. Além disso, a gravação digital remove todos os ruídos, deixando a sonoridade mais “limpa”, mas, conseqüentemente, acaba cortando as frequências mais graves e mais agudas, eliminando alguns elementos do som original.

Outro processo que segundo os especialistas faz a diferença na sonoridade do vinil é a masterização, etapa final de produção do disco. Recentemente, muitas bandas têm disponibilizado seus trabalhos em vinil além do CD. O processo de gravação na maioria dos casos é digital, mas, como a masterização é diferente, a experiência sonora também acaba sendo peculiar. “O disco *Angles* (2011) do The Strokes eu comprei em vinil e o som é mil vezes melhor. Porque a masterização é diferente. A diferença entre o que é mais alto e mais baixo na música fica bastante evidente. No CD não, é tudo meio achatado. A masterização é que vai fazer a diferença”, afirma Chuck.



Para todos os gostos

Apesar de nos referirmos aos discos de vinil como LPs, esses constituem apenas um dos formatos fabricados.

- **LP:** Os Long Plays têm 31 cm de diâmetro e tocam a $33\frac{1}{3}$ rotações por minuto. Também são conhecidos no exterior como 12 inches, ou 12 polegadas. São geralmente utilizados na gravação de discos completos.
- **EP:** Os EPs, abreviação de Extended Play, têm velocidade de 45 RPM e 25 centímetros de diâmetro. Também são conhecidos como 10 inches (10 polegadas). Têm menos da metade da capacidade dos LPs, podendo armazenar em média quatro músicas no total.
- **Single:** Também conhecidos como compactos, ou 7 polegadas, os Single Plays têm 17 cm de diâmetro e velocidade de $33\frac{1}{3}$ rpm no Brasil e 45 RPM no exterior. Um single pode armazenar em torno de duas músicas, e, por isso, era utilizado para divulgar a “música de trabalho” de determinado disco antes de seu lançamento.

Bruno Marise





As raridades

Por terem se tornado itens colecionáveis, os discos de vinil têm suas raridades, que podem custar uma boa quantia em dinheiro. Inúmeros fatores podem determinar a raridade de um disco, desde prensagens pequenas, má distribuição e proibições (resultante, por exemplo, da vaidade do próprio artista que às vezes manda recolher o seu trabalho). Alguns títulos são objetos de desejo de alguns

colecionadores exatamente por essa raridade. Assim, acabam valendo pequenas fortunas. Vamos conhecer alguns dos discos mais raros – e caros – e as histórias por trás deles, começando pelos nacionais.

Zé Ramalho e Lula Côrtes

"Paêbirú" (1975)

No final de 1974, os compositores Zé Ramalho e Lula Côrtes se reuniram para aquela que seria a gravação de um dos mais importantes discos da psicodelia brasileira. O trabalho foi inspirado na Pedra do Ingá, monumento arqueológico localizado no interior da Paraíba. O nome "Paêbirú" significa "Caminho da Montanha do Sol", e se trata da distância da costa brasileira entre o Oceano Atlântico e o Oceano Pacífico. O disco traz elementos da cultura indígena e africana, e é dividido em quatro partes: Terra, Ar, Fogo e Água. Musicalmente, Paêbirú é uma grande mistura de rock psicodélico, jazz, folk e ritmos nordestinos. Além de Zé Ramalho e Lula, nomes importantes da "cena nordestina" participaram da gravação, como Alceu Valença e Geraldo Azevedo. O estúdio em que Paêbirú foi gravado ficava às margens do rio Capibaribe, no Recife. Uma enchente que atingiu a cidade em 1975 destruiu em torno de mil das 1300 cópias da prensagem original, além da fita master. Assim, só haveria por aí 300 unidades do disco, que em bom estado de conservação, uma unidade pode valer aproximadamente 4 mil reais. É o álbum mais caro de um artista brasileiro. Em 2005, *Paêbirú* foi relançado em vinil na Europa pelo selo Mr. Bongo e em CD no Brasil, em 2012.



Jardim Elétrico – *Uma viagem pelo mundo dos discos*



Roberto Carlos

"Louco Por Você" (1961)

Em se tratando de música brasileira, esse talvez seja o caso mais famoso. Antes de se tornar um astro do rock brasileiro, Roberto Carlos lançou um disco de Bolero e Bossa Nova, que fracassou, vendendo apenas 3500 cópias. Envergonhado, Roberto mandou recolher as cópias e até hoje não autoriza o seu relançamento. Hoje só existem cerca de 3 mil cópias de *Louco Por Você*, e cada uma tem o valor aproximado de 3 mil e quinhentos reais. Mas, diferentemente de *Paêbirú* que tem um valor artístico reconhecido, o primeiro disco de Roberto Carlos vale mais pela curiosidade, sendo na maioria das vezes alvo apenas de colecionadores ferrenhos.

Tim Maia

"Racional" (1974)

Após vários discos de sucesso e uma carreira conhecida pelos excessos de drogas, ao ler o livro "O Universo em Desencanto", Tim Maia entrou em contato com uma seita religiosa chamada Racional, espécie de religião baseada no espiritismo e liderada pelo médium Manoel Jacintho Coelho. O cantor entregou-se à "causa". Parou com as drogas e chegou a se desfazer de todos os seus bens.



Com a cabeça nutrida pela "filosofia Racional", gravou dois discos, que são considerados por muitos como os melhores de sua carreira, ficando em 17º lugar entre os 100 melhores discos da música brasileira eleitos pela revista Rolling Stone. Sua voz absurdamente poderosa estava com o timbre ainda mais limpo e o instrumental é de alto nível. Tempo depois, Tim descobriu que Manoel Jacintho estava comprando vários terrenos em seu nome. Desiludido, deixou a Cultura Racional. Revoltado, mandou recolher todos os discos e nunca mais incluiu as canções dessa época em seu repertório.

Os discos da "fase Racional" tornaram-se itens de colecionador e por muito anos, ficaram obscuros, até que o selo Trama relançou o Vol. 1 em 2006 e o Vol. 2 em 2011, em CD. Mas hoje, um LP original da época é um item difícil de encontrar e pode valer de 350 a 1000 reais, dependendo do estado.

Bruno Marise





John Lennon & Yoko Ono

"Double Fantasy" (1980)

O último disco gravado por John Lennon é o vinil mais caro do mundo. Todavia, no caso, não é qualquer cópia, mas a que ele autografou para Mark Chapman, seu assassino, poucas horas antes do crime. O LP foi usado como prova por conter as impressões digitais de Chapman. A bolacha vale 525 mil dólares.



The Quarrymen

"That'll Be the Day"/"In Spite Of All The Danger"

O único registro do grupo embrião dos Beatles que contava com George Harrison, John Lennon e Paul McCartney teve seu single prensado apenas uma vez. Essa cópia singular foi arrematada por 180 mil dólares.

The Beatles

"Yesterday and Today" (1966)

E olha os Beatles de novo. Mas, antes de contarmos a história desse disco, é preciso entender como funcionavam os lançamentos de discos nos anos 60. Com a invasão Britânica, os selos fonográficos americanos lançavam uma versão diferente dos álbuns em solo americano, às vezes incluindo músicas de compactos nos LPs. E a capa também mudava, muitas vezes. Em 1966, descontentes com essa prática, os Beatles se reuniram com o fotógrafo Robert Whitaker e criaram uma capa em que o quarteto posava com roupas de açougueiro, pedaços de carne e bonecos desmembrados, em alusão aos álbuns "mutilados" pelos americanos. A controversa foto tornou-se capa do disco *Yesterday And Today*, lançado apenas nos Estados Unidos. A primeira prensagem foi distribuída apenas entre lojistas e emissoras de rádio, mas houve grande recusa devido à capa "forte" e todas as 750 mil cópias foram recolhidas pela Capitol Records. A própria gravadora desembolsou dinheiro para substituir a



Jardim Elétrico - Uma viagem pelo mundo dos discos



capa e colar a nova versão em cima da "Butch Cover" (capa do açougueiro), que trazia o quarteto ao lado de um armário. As versões de Yesterday and Today com a capa original são raríssimas e tem colecionador que já chegou a desembolsar 38.500 dólares por uma cópia. Mas, em geral, os preços variam entre 150 e 7.500 dólares dependendo do estado de conservação.



Bob Dylan

"The Freewheelin' Bob Dylan" (1963)

O disco de estreia de Bob Dylan teve quatro faixas retiradas de última hora pelo artista, mas algumas cópias já haviam sido lançadas. A Columbia Records recolheu e destruiu a maioria das versões originais, mas algumas, pouquíssimas, ainda estão por aí e uma delas chegou a ser vendida por 35 mil dólares.

A Indústria Fonográfica

Com a cultura do vinil consolidada, inicia-se o período de auge da indústria fonográfica. E com ela, os grandes conglomerados empresariais passaram a investir no lucrativo mercado da música. Essas corporações também são conhecidas como Majors e são responsáveis por todo o mercado de comercialização de música. Atualmente, existem três principais conglomerados: Universal Music Group, Sony Music Entertainment e Warner Music Group. As três têm sede nos Estados Unidos e cada uma delas é composta de várias divisões, que por sua vez dividem-se em vários selos fonográficos. Vamos conhecer um pouco de cada uma.



Universal Music Group

Subsidiária do conglomerado de mídia francês, Vivendi, a UMG é a maior entre as três majors da indústria fonográfica e é formada por oito subgravadoras. Começou como uma companhia de música atrelada aos estúdios Universal de cinema. O nome atual existe desde 1996, após a fusão da Polygram com a Universal. Comprou a EMI Music em 2012, outra das quatro principais majors e a incorporou, juntamente com todos os seus selos.

Bruno Marise





SONY MUSIC

Sony Music Entertainment

A segunda maior entre as principais majors foi fundada em 1925 como American Record Corporation. Mudou para Columbia Recording Corporation em 1938 após ser adquirida pela CBS e em 1966 tornou-se CBS Records. Após a Sony Corporation Of America comprar a CBS em 1987, renomeou a companhia para Sony Music Entertainment. É dividida em oito subgravadoras.



WARNER MUSIC
INTERNATIONAL

Warner Music Group

A menor dentre as três grandes, teve origem quando o grupo Warner comprou a Reprise Records, em 1963. É dividida em sete subgravadoras. Apesar de ficar atrás das outras majors, é detentora das gravadoras mais bem-sucedidas.

Mas, afinal, qual a importância de uma gravadora para o artista? No auge do comércio da música popular, as gravadoras eram responsáveis por todo o suporte da banda ou músico, incluindo gravação, produção e distribuição de todo o material. A música tornara-se um negócio extremamente lucrativo e uma alta vendagem de discos rendia milhões para a gravadora. Ter um contrato com gravadora garantia certa estabilidade para o artista. Mas, ele ficava refém das vendas. Caso o disco não atingisse os números esperados, a chance de fracasso e quebra de contrato era alta.

A partir dos anos 40 foram criados rankings para premiar e celebrar os "campeões de vendas", como a da revista Billboard, publicação semanal norte-americana que trazia o Hot 100, lista dos cem singles mais vendidos e tocados na rádio durante cada semana e o Top 200, com os 200 álbuns mais vendidos. Por muito tempo, as listas da Billboard foram usadas como poderosa ferramenta e parâmetro de popularidade.

No Top 200, entre os recordistas estão os Beatles como a banda com maior número de discos em primeiro lugar (19 vezes), maior número consecutivo de discos em primeiro lugar (8 vezes) e maior número de semanas com um disco no topo (132 semanas). Os Rolling Stones levam o recorde de maior número de



Jardim Elétrico - Uma viagem pelo mundo dos discos



discos entre os dez primeiros, com 36 vezes. O disco que ficou mais tempo no ranking foi *The Dark Side Of The Moon*, do Pink Floyd, que se manteve na parada por 835 semanas.

Além da parada da Billboard, a indústria fonográfica criou certificados para premiar as vendas bem-sucedidas. A maioria dos países segue o padrão definido pela IFPI (Federação Internacional da Indústria Fonográfica), que é dividido por ordem crescente em disco de ouro, disco de prata, disco de platina e disco de diamante. A quantidade de vendas varia de país para país e sofreu alterações ao longo do tempo. No Brasil, o padrão utilizado é o da ABPD (Associação Brasileira dos Produtores de Discos) e nos EUA, quem dita as regras é a RIAA (Recording Industry Association Of America).

O artista que mais vendeu discos na história foram os Beatles. Mas Michael Jackson é o detentor do disco mais vendido, com o álbum *Thriller* de 1982 e as 65 milhões de cópias certificadas.

Mas o "rei do pop" aparece na lista mais uma vez, em quarto lugar com Bad de 1987 e mais 45 milhões de discos vendidos. *Thriller* é o sexto disco de Michael e o consolidou como a maior estrela pop de todos os tempos. Sete das nove faixas foram singles e todas ficaram entre os dez primeiros da Hot 100 da Billboard. Os videoclipes de "*Billie Jean*", "*Thriller*" e "*Beat It*" foram exibidos à exaustão e tornaram-se referência. Até então, poucos artistas se utilizavam desse recurso

como ferramenta de divulgação. Além de todos os recordes, *Thriller* é um dos discos mais influentes de todos os tempos, no qual Michael Jackson definiu o padrão da música pop a ser feito dali para frente. É notável também grande influência de Quincy Jones no resultado final do disco, que além de produtor, foi arranjador e compôs boa parte das faixas. O álbum foi certificado com 29x Platina pela RIAA.



Bruno Marise





Na sequência, o segundo álbum mais vendido da história é *Back in Black*, da banda australiana AC/DC. Em 1980, o grupo vinha crescendo após o sucesso de *Highway to Hell* (1979), mas uma fatalidade quase pôs fim em tudo. O vocalista Bon Scott em viagem à Inglaterra curtia uma habitual noite de bebedeira com o amigo Alistar Kinnear. Após deixar o bar, Scott acabou adormecendo no banco de trás do veículo. Ao chegar em casa, Kinnear tentou acordar o amigo, mas sem sucesso. Acabou desistindo e o deixou dormindo no carro. O vocalista estava morto. Até hoje não se sabe a verdadeira causa. No atestado de óbito foi registrada como "Overdose seguida de morte por desventura". Também dizem que o músico morreu engasgado com o próprio vômito ou vítima do rígido frio da madrugada londrina. Chocados com a perda do companheiro de banda, os outros membros do AC/DC chegaram a pensar em parar, mas optaram por procurar outro vocalista. O escolhido foi Brian Johnson, que já havia cantado na banda Geordie.



Com a capa toda preta e o nome em alusão ao luto por Bon Scott, o AC/DC lançou *Back in Black* em julho do mesmo ano e com ele estouraria de vez. O álbum vendeu em torno de 51 milhões de cópias, sendo o disco mais vendido de rock e o disco mais vendido por uma banda australiana em todos os tempos.

O terceiro álbum entre os mais vendidos é *The Dark Side Of The Moon*, oitavo trabalho do Pink Floyd. Lançado em 1973, o LP marcou uma fase de transição da banda, em que conseguiu unir a influência erudita e experimentalismos habituais com composições mais acessíveis e instrumentais mais sucintos, atingindo o grande público. Além de ser um marco do rock progressivo, uma curiosidade cerca *TDSOTM*. Em meados dos anos 90, boatos começaram a circular na internet de que o disco fora concebido como uma trilha sonora do filme *O Mágico de Oz*. O motivo é que ao tocar o *The Dark Side Of The Moon* em sincronia com o longa-metragem de 1939, inúmeras compatibilidades podem ser presenciadas.

Fãs da banda relatam que já conseguiram encontrar mais de cem combinações entre cenas do filme e o álbum, como, por exemplo, o som de moedas



Jardim Elétrico – Uma viagem pelo mundo dos discos





caindo da introdução da canção "Money" no exato momento em que o filme se torna colorido. O tal fenômeno foi batizado de "The Dark Side Of The Rainbow". Questionados sobre o assunto, os membros do Pink Floyd negam que o álbum tenha sido composto com esse propósito, e que tudo é uma grande coincidência. Seja como for, *The Dark Side Of The Moon* atingiu a marca de 50 milhões de cópias vendidas.

No Brasil, o disco mais vendido também é *Thriller* de Michael Jackson, seguido por *Músicas Para Louvar o Senhor* (1998) do Padre Marcelo Rossi, com mais de 3 milhões e 300 mil cópias e *Xou da Xuxa 3* (1988), com mais de 3 milhões e 200 mil cópias.

Selos – um tesouro para os colecionadores

Como dissemos anteriormente, as gravadoras são divididas em inúmeros selos fonográficos, que muitas vezes servem para reunir um gênero específico de música em uma só gravadora. Por geralmente se dividirem em categorias, os discos pertencentes a determinados selos tornaram-se itens altamente colecionáveis. "Esses selos surgiram depois de já consolidada a indústria fonográfica, no final dos anos 40, e vários deles eram parte de outras companhias fonográficas maiores, que frequentemente abriam subsidiárias para tratar de determinados nichos de mercado. Alguns, porém, são companhias independentes e quase sempre envolviam uma dose de idealismo e paixão na gênese dessas empreitadas.", explica o engenheiro Ronaldo Rodrigues, também pesquisador do assunto e apresentador do programa Estação Rádio Espacial, na Web Rádio Solid Rock Radio. Por dedicar um selo a um determinado nicho de público, alguns se tornaram lendários e objeto de desejo dos colecionadores. Vamos conhecer alguns dos selos mais celebrados entre os fãs.



Motown

Fundada em 1959 por Berry Gordy Jr., a Motown ficou conhecida por ser uma das gravadoras que mais lançou artistas de música negra. Durante os anos 60, popularizou as girls groups e um estilo de soul music mais açucarado e acessível que ganhou o nome de "Motown Sound". Revelou inúmeros artistas como Stevie Wonder, Marvin Gaye, Diana Ross e Jackson 5. No final dos anos 80, a gravadora foi vendida à MCA Records e em 2005, adquirida pela Universal Music Group, e hoje opera sob o a subsidiária The Island Def Jam Music Group.

Bruno Marise





Stax

Nascida como Satellite Records em 1957, a Stax foi a concorrente direta da Motown. Lançou artistas de funk, gospel, blues, soul e jazz. Entre os nomes mais populares do cast da gravadora estão Otis Redding, Isaac Hayes, Bill Cosby, e a banda da casa, Booker T. & The M.G.'s. Diferente da sua rival Motown, a Stax investia em um tipo de funk e soul mais experimental e ousado. Após inúmeros problemas financeiros, o selo faliu em 1975. Durante os anos 80, a Stax trabalhou apenas com relançamentos, até 2003 quando voltou gravar material inédito.



Island

O Island nasceu em 1959 na Jamaica, fundado por Chris Blackwell, um funcionário do governo local e de família rica. A princípio, o selo foi criado para produzir e vender discos de música jamaicana como ska e reggae. A gravadora foi crescendo, até se mudar para Londres em 1962. O rock, que começava a tomar conta da Inglaterra e a efervescência de novas bandas acabaram fazendo a cabeça de Blackwell, que passou a investir no estilo, lançando grupos como Spencer Davis Group, Jethro Tull, Traffic e Fairport Convention. O estilo passou a fazer sucesso e dominar a gravadora, que obrigou Blackwell a abrir outro selo só para música jamaicana, o Trojan Records, e dedicar-se ao rock. Mas foi pela própria Island que saíram os discos do maior artista jamaicano de todos os tempos, Bob Marley o que obrigou o selo a retornar sua atenção ao reggae. Com a morte do músico, em 1981, o selo entrou em crise, e só voltou ao sucesso com o surgimento da banda irlandesa U2. A partir daí, a música pop teve papel importante dentro da gravadora. Em 1989 a Island foi comprada pela Polygram, hoje parte da Universal e continua na ativa, mas sem a mesma identidade do passado.



Vertigo

O selo Vertigo talvez seja o mais celebrado e mais colecionado de todos. Foi criado em 1969, pela gravadora Philips/Phonogram (que mais tarde se tornaria a Polygram, hoje subsidiada pela Universal Music Group) com o objetivo de investir em bandas novas e sonoridades diferentes do que estava consolidado na época.



Jardim Elétrico – *Uma viagem pelo mundo dos discos*



Diferentemente da maioria dos selos, o Vertigo teve atuação em diversos países, lançando discos de bandas fora do eixo Inglaterra/Estados Unidos. Entre os estilos preferidos do selo, estavam os emergentes rock progressivo, hard rock e o heavy metal. Apesar de ter uma quantidade de lançamentos bastante superior a dos demais selos, a Vertigo não chegou a atingir vendas expressivas, com exceção de seus três principais artistas: Black Sabbath, Uriah Heep e Gentle Giant*. A gravadora também é famosa pelo material gráfico caprichado e o clássico selo "swirl", que cria um efeito visual peculiar ao girar na vitrola. A Vertigo foi fundida ao selo Mercury em 1972, e se mantém em atividade até hoje, mas focando-se em relançamentos. Artistas como Rush, Bon Jovi, Thin Lizzy e Metallica também receberam a estampa "swirl".

DERAM

Deram

Pertencente à Decca Records (hoje parte da Universal) o Deram nasceu em 1966 como forma de divulgação de um novo sistema de som criado pelos técnicos da Decca, "Deramic Sound System", e os primeiros lançamentos eram dedicados a discos de orquestras. Para atingir o mercado jovem, passou a investir em novas bandas e artistas de rock e folk. Um dos primeiros foi o cantor e compositor Cat Stevens. Em 1967, saíram pela Deram os discos de estreia de duas bandas seminais do rock progressivo: Procol Harum e Moody Blues. No ano seguinte, também lançou o primeiro disco da banda de blues-rock Ten Years After. Década de 70 adentro, a Deram estampou uma infinidade de discos de bandas mais obscuras, que ganharam o status de cult algum tempo depois. O Deram está entre os selos mais cobiçados pelos fãs de progressivo e de rock mais experimental.



HARVEST

Harvest

Fundado em 1969, como parte da EMI (uma das quatro maiores da época), a Harvest completa a trinca de selos criados na virada da década de 60 para a de 70 com o intuito de fugir do rock dançante e divertido que dominou os anos 60. O Harvest foi criado justamente para rivalizar com o Vertigo e o Deram, e investir em bandas que trariam uma sonoridade nova.

Grande parte do cast da Harvest era formado por grupos de rock progressivo, entre eles o Pink Floyd que lançou o multi-platinado *The Dark Side Of The Moon*. Outros artistas, como Scorpions, Deep Purple e Love lançaram trabalhos pela Harvest.

Bruno Marise





Após a decadência do progressivo no final dos anos 70, o selo começou a investir em bandas de pós-punk, new wave, AOR¹ e synth pop, sempre tentando manter a mentalidade de investir em bandas de sonoridade menos comercial.



Elektra

Elektra

O selo Elektra começou no quarto de faculdade do jovem Jac Holzman, com um nome em alusão à mitologia grega. Tempos depois, Holzman se muda para Greenwich Village em Nova York, onde compra um pequeno apartamento com o amigo Paul Rickot e lhe dá o nome de "The Record Loft". Os primeiros trabalhos da gravadora a chamarem a atenção foram de artistas folks locais, estilo que dominaria o catálogo da Elektra no início dos anos 60.

O rock também começou a ganhar espaço com os lançamentos da banda Love e The Doors. Aos poucos, o selo foi abraçando totalmente o rock, assinando com o The Stooges e MC5, dois grupos barulhentos de Seattle aclamados como padrinhos do punk rock. Em 1970, a Elektra foi comprada pela Warner, mas Holzman continuou como o homem de frente da gravadora. Dois anos depois, foi fundida ao selo Asylum. Alguns artistas de post-punk e new wave, também entraram no cast da Elektra, como Television e The Cars. Na década seguinte, a gravadora manteve-se antenada ao mercado e às novidades, e lançou discos do Mötley Crüe, Metallica e Dokken. Em 2004, foi fundida à Atlantic Records, mas desde 2009 voltou a ser apenas Elektra.

Selos Independentes

Os selos independentes já existiam desde a década de 1950, mas foi só quase 30 anos depois que começaram a se popularizar. Com o surgimento do punk rock e a cultura "Do It Yourself" (Faça Você Mesmo), as cenas de hardcore², principalmente, começaram a montar suas próprias gravadoras para lançar o material das bandas locais, já que o som feito por elas jamais despertaria o interesse de uma gravadora que buscava sucesso comercial. Alguns desses selos, que começaram apenas em um quarto dos fundos tornaram-se grandes mesmo se mantendo independentes das majors. Vamos conhecer alguns dos mais importantes.

¹ Abreviação de Adult Oriented Rock, subgênero que ganhou popularidade entre o final dos anos 70 e restante dos anos 80 e trazia uma sonoridade mais leve e acessível, com o intuito de tocar nas rádios e agradar o público mais velho que torcia o nariz para o rock mais pesado.

² Subgênero mais agressivo do punk rock, criado em 1980 nos Estados Unidos que consiste em um som ainda mais rápido e pesado, e letras de cunho político e social.



Jardim Elétrico – Uma viagem pelo mundo dos discos





SST

A empresa SST foi fundada em 1966 por Greg Ginn, na época com apenas 12 anos, como um negócio de venda de eletrônicos. Em 1978, Ginn transformou-a em um selo, para lançar os discos de sua banda, o Black Flag, um dos pioneiros e mais importantes grupos do hardcore. Inicialmente, o selo investia nas bandas do gênero, do sul da Califórnia, mas aos poucos foi se expandindo e tornou-se um dos principais polos de lançamento de rock alternativo do mundo, revelando bandas essenciais para a cena como Hüsker Dü, Meat Puppets, Saint Vitus, Sonic Youth, Meat Puppets, Dinosaur Jr, Soundgarden, Screaming Trees, entre outras. Porém, ao longo dos anos 80, muitas bandas deixaram o selo, alegando incompetência administrativa por parte de Ginn. A SST entrou em decadência na década seguinte com o crescimento da Sub Pop, e cessou os lançamentos no fim dos anos 90. No meio dos anos 2000, voltou à ativa, mas apenas para lançar os projetos solo de Greg Ginn.



Dischord

Mais um alternativo da cena hardcore dos anos 80, a Dischord foi fundada em 1980 por Ian Mckaye e Jeff Nelson, para lançar o EP de sua banda, o Teen Idles. O grupo acabou pouco depois, e os dois formaram o Minor Threat. A Dischord, então, passou a lançar o material das bandas de hardcore de Washington, como Government Issue, SSD, Youth Brigade, Iron Cross, Scream e o próprio Minor Threat. A partir de meados dos anos 80, um novo movimento surgia, de bandas com sonoridade e proposta diferentes, conhecido como post-hardcore. O som trazia a mesma agressividade e urgência do hardcore, mas com melodias e letras de cunho pessoal no lugar da contestação social e política. A Dischord acabou sendo a responsável por todo o material de bandas como Fugazi, Rites Of Spring, Dag Nasty e Jawbox. Durante os anos 90, com ascensão do rock alternativo, muitas gravadoras grandes mostraram interesse por essas bandas de Washington, mas muitas delas se mantiveram na Dischord, não querendo abrir mão da ética DIY³. Por agregar e "apadrinhar" as bandas do chamado post-hardcore, a Dischord acabou ganhando uma identidade. Inclusive, algumas bandas chegam a ser classificadas como "Dischord Sound". A gravadora continua na ativa, sendo um dos maiores selos independentes da atualidade.

³ Abreviação de Do It Yourself.

Bruno Marise





Epitaph

Assim como as duas anteriores, a Epitaph também surgiu com o propósito de lançar os discos da banda do criador. No caso, Brett Gurewitz, guitarrista do Bad Religion. O selo passou a lançar outras bandas, e estourou durante os anos 90 com os grupos de punk rock revival e hardcore melódico, como Pennywise, The Offspring, Down By Law e Rancid, além de alguns trabalhos do NOFX. 1994 foi o ano de virada para Epitaph e a cena punk da época, coroado com o disco *Smash* do The Offspring, que vendeu mais de 11 milhões de cópias, tornando-se o disco independente mais vendido até hoje. No mesmo ano, Gurewitz deixou o Bad Religion para dedicar-se integralmente ao selo. A banda já havia trocado o selo pela Atlantic Records um ano antes. Sete anos depois, o guitarrista retornou à sua antiga banda, que consequentemente, voltou ao catálogo da Epitaph. A gravadora possui inúmeros selos-irmãos, como a Burning Heart (especializada em bandas europeias), Hellcat (punk, hardcore, ska, oi! ⁴ e psychobilly ⁵) e ANTI- (a mais eclética, que lança desde reggae e country até hip-hop e soul).



Alternative Tentacles

Fundada em 1979 na cidade de São Francisco, Califórnia, a Alternative Tentacles, assim como as demais gravadoras independentes de punk e hardcore surgiu para lançar material apenas de uma banda, mas acabou crescendo e tornou-se um selo grande. Nos anos 80, estampou os discos de várias bandas como The Dicks e os Dead Kennedys, (do fundador do selo, Jello Biafra). Em 1981, lançou a coletânea *Let Them Eat Jellybeans*, uma das primeiras compilações de música alternativa dos EUA, e que apresentou o punk hardcore americano para o mundo. Com o tempo, a gravadora passou a assinar também com bandas de som mais "extremo". O selo também ficou marcado pelas disputas judiciais entre Jello Biafra e os demais membros de sua ex-banda, que processaram o vocalista por não repassar os royalties dos discos do Dead Kennedys. Biafra perdeu o caso e, consequentemente, todos os direitos sobre os álbuns, que foram repassados para o selo Manifesto Records. A perda representou um grande prejuízo para a Alternative Tentacles, já que o material do Dead Kennedys era o que mais vendia.

⁴ Subgênero do punk rock nascido no final dos anos 70, nos subúrbios ingleses. Apareceu como resposta à "suavização" do estilo e a diluição em new wave e post-punk. Traz letras com temáticas inspiradas na vida operária, culto à virilidade, futebol e cerveja.

⁵ Subgênero que combina o rockabilly (rock n roll tradicional popular nos anos 50) com o punk rock.



Jardim Elétrico - *Uma viagem pelo mundo dos discos*



Sub Pop

Talvez a mais famosa dessa lista por ter sido a gravadora que apadrinhou o grunge, no final dos anos 80. O selo começou na verdade como um fanzine ⁶, criado por Bruce Pavitt em 1980, chamado Subterranean Pop, que fazia a divulgação de gravadoras independentes. A partir da quarta edição, a revista começou a sair juntamente com uma fita de bandas alternativas da época, e o nome foi abreviado para Sub Pop. Em 1983, Pavitt se mudou para Seattle e três anos depois lançaria o primeiro disco, a coletânea Sub Pop 100. A banda Green River, uma das pioneiras da cena local, decidiu lançar seu segundo EP pela Sub Pop, mas, por falta de dinheiro, Pavitt só conseguiu lança-lo um ano depois. Outra banda de Seattle que chamava a atenção, o Soundgarden, optou por lançar seu single de estreia também pelo selo, mas o dinheiro era curto. Jonathan Ponet, um amigo de Pavitt, conseguiu uma verba através de vários empréstimos, e lançou o single do Soundgarden e mais tarde no mesmo ano o EP *Screaming Life*. Com isso, Ponet tornou-se sócio do então iniciante selo, cuidando da parte financeira e administrativa, enquanto Pavitt ficava responsável pela direção artística. A partir daí, o selo só cresceu e ajudou a lançar inúmeras bandas de Seattle e outras da cena alternativa americana, entre elas o Nirvana, que gravou seu álbum de estreia, *Bleach*. A banda acabou deixando a gravadora antes do lançamento do sucesso *Nevermind* (1991), mas, por questões contratuais, a Sub Pop recebeu os royalties das 30 milhões de cópias vendidas, o que manteve a estabilidade do selo pelos anos seguintes. Em 1995, a Sub Pop teve metade de suas ações vendida à Warner Music Group, acabando assim sua fase independente e um ano depois, após desentendimentos com Ponet, Pavitt deixou a Sub Pop.



Rough Trade

Geoff Travis fundou a loja Rough Trade Records em Londres, no ano de 1976. Tempo depois, a banda punk francesa Métal Urbain pediu ajuda aos donos da loja para que divulgassem seu material. A Rough Trade estrearia como um selo produzindo o disco da banda. A partir de 78, Travis e seus sócios, Steve Montgomery e Richard Scott, iniciaram um circuito de distribuição

⁶ Publicação independente e feita pelo público, constantemente ligada à contracultura e o movimento underground. Pode trazer os mais variados temas.

Bruno Marise





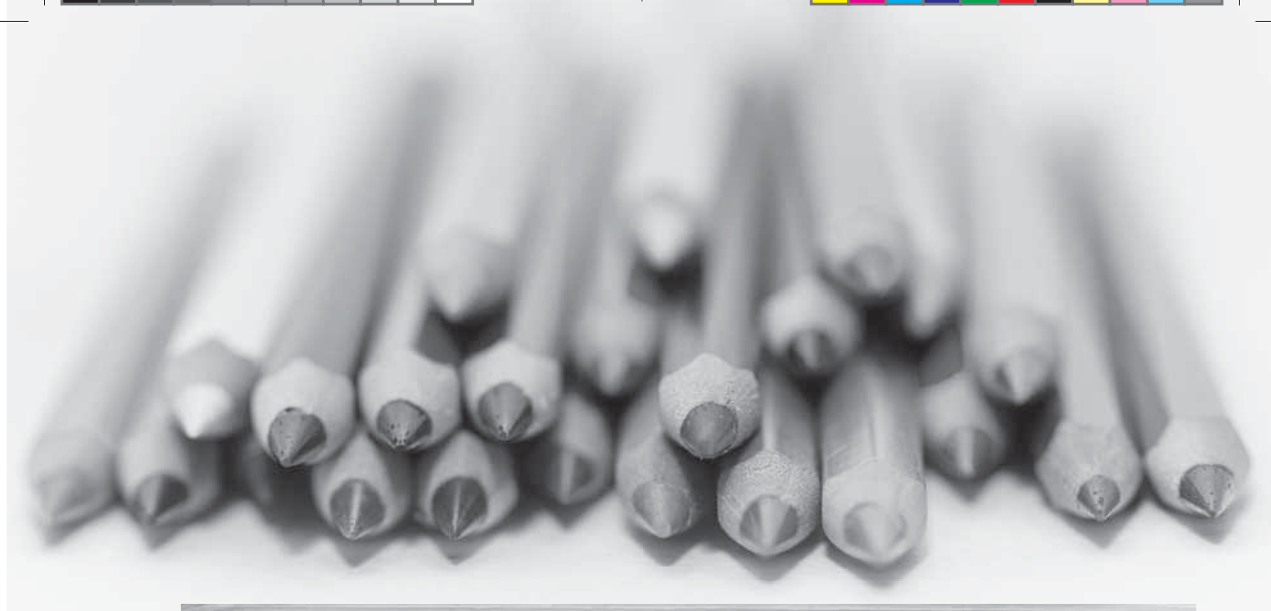
de discos, em parceria com outras lojas inglesas, encarnando a mentalidade DIY. Outro marco foi o lançamento de *Inflammable Materials* (1979), disco de estreia da banda norte-irlandesa Stiff Little Fingers. Foi o primeiro registro de um selo independente a atingir 100 mil cópias vendidas. A gravadora também teve participação no movimento post-punk/new wave inglês, lançando material do The Fall, Pere Ubu e The Smiths. Nos anos 90, com problemas financeiros, o selo foi vendido. Em 2000, com ajuda de parceiros, Geoff readquiriu os direitos da Rough Trade, e a reabriu como loja. Na festa de 25 anos do estabelecimento, o público presente clamava pela reabertura do selo. O pontapé necessário para isso foi a chegada de uma fita de uma banda de Nova York, o The Strokes. Em 2001, eles lançariam o disco de estreia do grupo, que se tornaria o maior sucesso desde o The Smiths, nos anos 80.

A partir de então, a Rough Trade seria parte importante no revival do rock britânico e indie dos anos 2000, lançando artistas como The Libertines, Sufjan Stevens, Belle And Sebastian e Arcade Fire. Com a reabertura do selo, ele foi adquirido em parte pela Sanctuary Records, mas voltou a ser independente com a venda para o grupo Beggars Records, em 2007.



Jardim Elétrico – Uma viagem pelo mundo dos discos





Arte Gráfica – A experiência inicial

Diz-se que o vinil representa uma experiência tripla: visual, tátil e auditiva. A primeira de todas, sem dúvida, é a visual. A apreciação de um disco começa a partir do momento em que você visualiza a capa, seu trabalho gráfico. O artista plástico e designer Pablo Ribeiro explica. "O material gráfico de um disco é importantíssimo em um lançamento. Mesmo em tempos de internet, onde reina o caráter efêmero do MP3, as capas ainda desempenham seu papel na divulgação - e identificação - não só do artista, mas do próprio estilo no qual se insere.

As artes das capas estão (ou deveriam estar) diretamente ligadas ao estilo – musical e visual – das bandas. Caso contrário, existe o risco de se contradizer esteticamente. É inegável que uma imagem é mais impactante para a promoção e divulgação de qualquer material (no caso aqui, música), do que qualquer outra "mídia".

Hoje ainda mais. Com a velocidade vertiginosa de informação que os meios virtuais permitem, chega a ser ignorância apostar em recursos outros que não a imagem para chamar – e prender – a atenção de possíveis consumidores. Ninguém mais lê milhões (nem centenas) de caracteres hoje em dia. E os que ainda o fazem – de uma maneira econômica – com certeza foram atraídos por material visual/artístico.

Em questão de material musical, então, isso vale ainda mais, por funcionar como um complemento. Escuta-se a música, acompanha-se com os olhos, reconhece-se a banda/artista em todos os lados do prisma estético/estilístico".

Bruno Marise



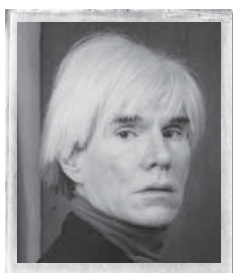


As gravadoras e bandas começaram a ter maior cuidado com o material gráfico a partir dos anos 60, apesar da capa do disco de estreia de Elvis Presley em 1956, por exemplo, ser uma das mais marcantes, sendo até homenageada anos depois pelo The Clash em *London Calling*, de 1979. "A capa do primeiro disco do Elvis rompe com aquele padrão de fotos posadas. Ela tem aquele lance bem cru. De eternizar a energia. A imagem é muito urgente, desafiadora, até. É como se dissesse 'Não há bom moço aqui'. E não só a FOTO em si, contribui pra isso. A maneira como o nome/sobrenome do cara está disposto é bem iconoclasta e até mesmo anárquica! Dai quando junta essa construção (das letras) com a foto agressivamente movimentada de Elvis, a composição rompe com os parâmetros estéticos vigentes - na época - das mídias de entretenimento", analisa Pablo.

O espaço designado a ser uma capa de disco, está aberto a todo tipo de manifestação artística. Desenho, retrato, foto, fotomontagem, colagem, entre inúmeras outras opções. Ao longo das décadas, o cuidado com as capas foi se tornando cada vez maior, e ela passou a ser não só apenas um adereço do álbum, mas uma parte importante da obra como um todo.

Os artistas

Muitos artistas fizeram seus nomes criando capas de discos e material visual das bandas. Alguns deles criaram uma parceria tão forte com os grupos que acabavam tornando-se uma espécie de membro honorário. O que seria do Iron Maiden sem seu logo característico, a mascote Eddie e as capas clássicas criadas por Derek Riggs? Abaixo, vamos conhecer alguns artistas que deixaram seu nome marcado no mundo da música e dos discos.



Andy Warhol

Nascido Andrej Varhola Jr., Andy Warhol foi um dos artistas e designers mais importantes e influentes do século XX. Começou trabalhando como ilustrador de revistas e fazendo anúncios publicitários nos anos 40. A partir da década de 60, teve a virada na carreira desconstruindo retratos de personalidades e objetos da cultura pop, revolucionando a arte. Em 1966, se aproximou da banda The Velvet Underground, liderada por Lou Reed, e tornou-se mentor intelectual e financiador do grupo, bancando a gravação do primeiro disco e sendo creditado como produtor, apesar de



Jardim Elétrico - Uma viagem pelo mundo dos discos



não ter nenhuma participação musical, além da entrada da modelo alemã Nico, amiga de Warhol. O designer foi responsável pela famosa capa do disco de estreia, *The Velvet Underground & Nico* (1967), que trazia o desenho de uma banana. Na capa, a casca da banana era uma espécie de adesivo, que podia ser removido, e ao retirá-lo, revelava uma banana cor-de-pele. As reedições do disco não trariam esse atrativo, por isso as versões originais com a casca da banana removível são consideradas itens de colecionador.

O disco foi um fracasso de venda e crítica na época, trazia uma proposta muito subversiva para os padrões vigentes que quebrava a aura de "rock rural" que as bandas pregavam, comportando toda a sujeira e podridão da vida urbana, ao tratar de temas como drogas, prostituição, sexo e sadomasoquismo.

Tudo isso em plano ano de 1967, auge do movimento hippie. Apesar de incompreendido na época, *The Velvet Underground & Nico* tornou-se um dos álbuns mais influentes de todos os tempos e seria essencial para o surgimento de novas vertentes musicais. Mas na época, frustrados com o fracasso comercial do disco, a banda demitiu Andy Warhol e Nico. Anos depois o artista se aproximaria dos Rolling Stones e seria responsável pela arte do disco *Sticky Fingers* de 1971.

A capa trazia uma foto de uma pélvis masculina em uma calça jeans, com o volume de um pênis em segundo plano. Na prensagem original, o LP vinha com um zíper de verdade, que abria e revelava uma cueca por baixo. Porém, a ideia de Warhol começou a causar problemas já que os zíperes estavam danificando o vinil. Assim, o acessório foi transferido para dentro da embalagem. Na Espanha, a capa foi censurada e substituída por uma imagem de uma lata de graxa com dedos femininos boiando.

Warhol ainda faria a arte do disco ao vivo dos Stones *Love You Live* (1977), e de *The Academy In Peril* (1972) e *Honi Soit* (1981), de seu ex-colega de Velvet Underground, John Cale. Andy Warhol morreu em 1987 aos 58 anos.



Bruno Marise





Hipgnosis

Em 1968, os membros do Pink Floyd pediram a seus amigos designers Storm Togherson e Aubrey Powell que elaborassem a capa de seu próximo disco *A Saucerful Of Secrets*. A partir daí, eles passariam a realizar trabalho para outras bandas, e acabariam criando o grupo Hipgnosis.

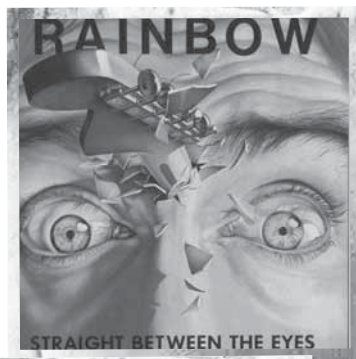


Em 1973, com a clássica e celebrada capa de *The Dark Side Of The Moon*, ficaram conhecidos mundialmente, e durante toda a década foram responsáveis por uma infinidade de capas memoráveis. Com a chegada do Punk e a virada para os anos 80 com uma revolução musical e também estética, o estilo clássico da Hipgnosis acabou sendo deixado de lado, resultando no fim do grupo em 1982. Thorgerson, Powell e o terceiro membro, Peter Christopherson, que se unira aos demais em 1974, funda-

ram então uma companhia de audiovisual, a Green Back Films.

Thorgerson voltou a criar capas para uma infinidade de bandas até seu falecimento em março de 2013 aos 69 anos em decorrência de um câncer.

Powell segue trabalhando, na produção de vídeos.



Jardim Elétrico – Uma viagem pelo mundo dos discos





Roger Dean

O inglês Roger Dean fez seu nome no mundo da música e da arte com as capas do Yes. Além do logo da banda, Dean foi o responsável por toda a parte gráfica do grupo de 71 a 74, depois retornando para alguns trabalhos alternados em 1980. É impossível desassociar a imagem do Yes dos desenhos de Dean.



Em 1975, ele desenhou todo o aparato de palco da turnê da banda. O artista ficou marcado por criar um universo próprio, com traços, cores e formas muito característicos, sempre remetendo a paisagens bem peculiares e fantasiosas. Dean também desenhou capas de outras bandas como Uriah Heep, Budgie, Atomic Rooster e Asia, e trabalhou com design de jogos de computador.



Derek Riggs

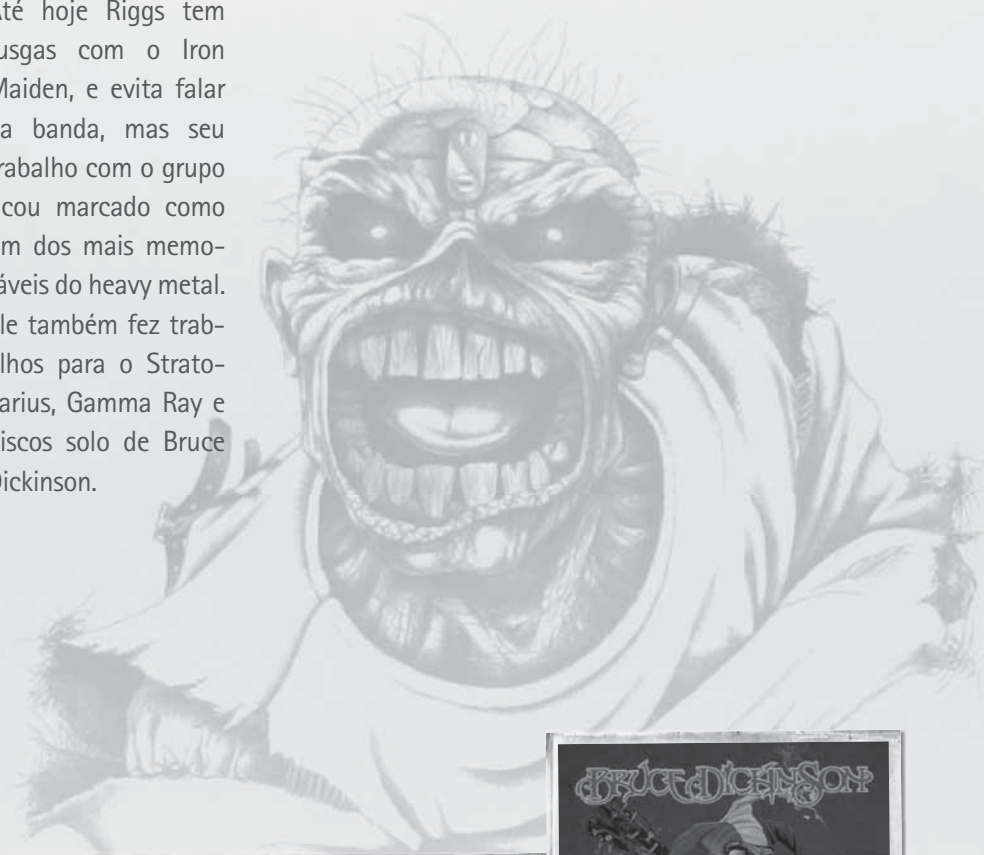
O desenhista inglês ganhou fama com os trabalhos junto ao Iron Maiden. Em 1980, em busca de uma arte para o seu disco de estreia, o grupo se deparou com o portfólio de Riggs e uma ilustração em particular lhes chamou a atenção: uma caveira em frente a um muro. O desenho foi inspirado em uma foto de um cadáver da guerra do Vietnã. A banda pediu a ele que adaptasse a caveira e fizesse mais cabelo para que parecesse menos "punk". A tal figura tornaria-se o mascote "Eddie", usado pelo grupo até hoje, e uma das figuras mais icônicas do rock, e a ilustração seria a capa do disco auto-intitulado do Iron Maiden. Riggs prosseguiria fazendo as artes do grupo, sempre inserindo Eddie em alguma situação. Em 1992, a banda passou a aceitar trabalhos de outros desenhistas para o álbum *Fear Of The Dark* e rejeitou as contribuições de Riggs. O artista, então, romperia com a banda, voltando a contribuir apenas em partes para o disco *Brave New World* (2002).

Bruno Marise





Até hoje Riggs tem
rusgas com o Iron
Maiden, e evita falar
da banda, mas seu
trabalho com o grupo
ficou marcado como
um dos mais memo-
ráveis do heavy metal.
Ele também fez trab-
alhos para o Strato-
varius, Gamma Ray e
discos solo de Bruce
Dickinson.



Jardim Elétrico – *Uma viagem pelo mundo dos discos*





Ed Repka

O diretor de arte Ed Repka ganhou o título de King Of Thrash Metal Art (Rei da Arte Thrash Metal) pela grande quantidade de trabalhos com esse gênero, apesar de ter trabalhado com artistas de outras vertentes.

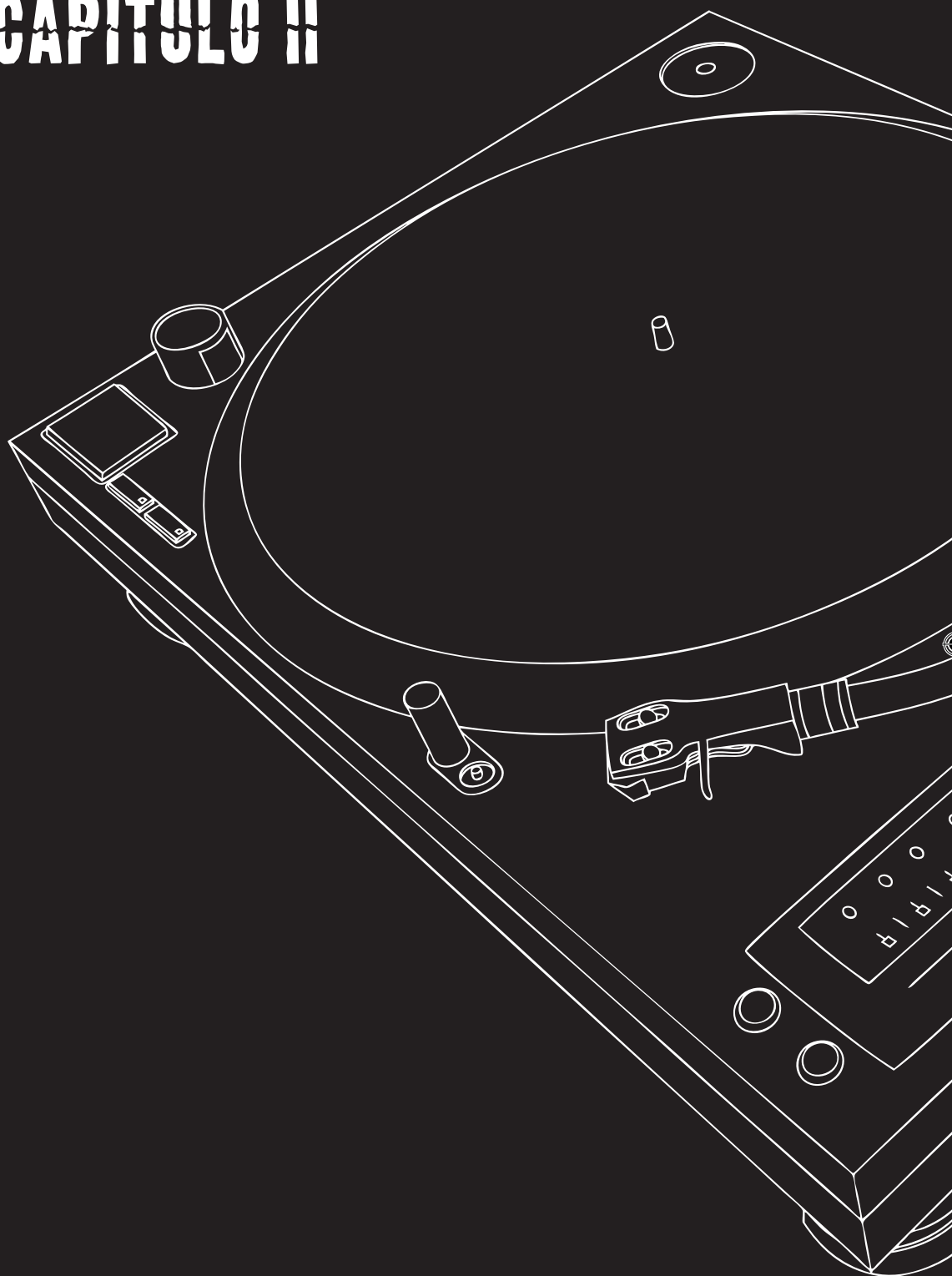
As influências de quadrinhos, filmes de terror e ficção científica casaram-se perfeitamente com as temáticas do estilo. Repka ganhou fama ao desenhar a capa de *Peace Sells... But Who's Buying?* (1986) do Megadeth e seu mascote, a caveira Vic Rattlehead. Desde então, os traços divertidos de Repka tem ilustrado inúmeras capas de bandas de Heavy Metal, como Death, Vio-Lence, Toxic Holocaust e Nuclear Assault. Em 2012, trabalhou com a banda brasileira Zumbis do Espaço, no disco *Nós Viemos Em Paz*. Além das capas, desde 2002 Repka é diretor da empresa de brinquedos NECA (*National Entertainment Collectibles Association*), onde desenvolve bonecos e figuras de ação.

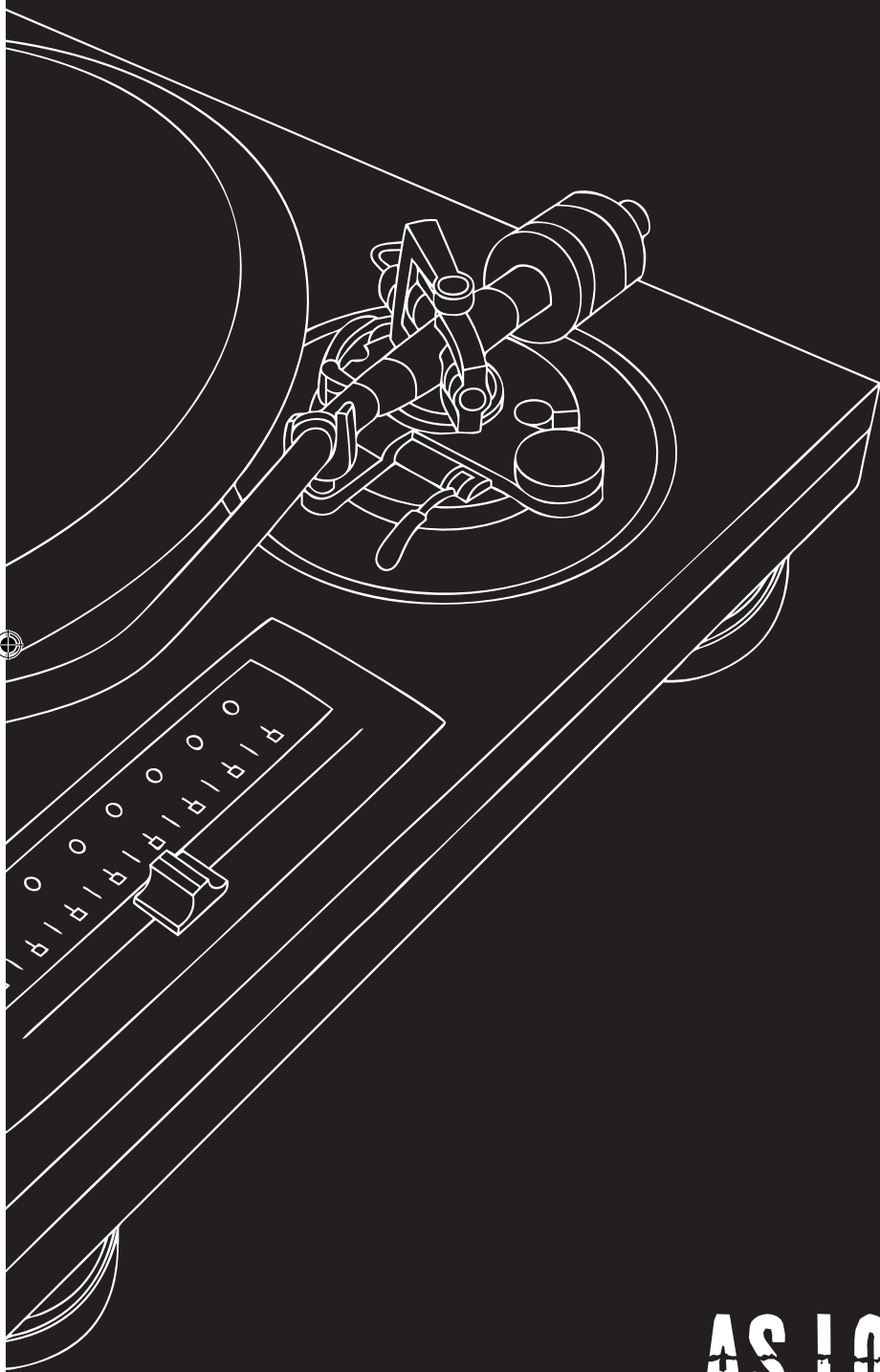


Bruno Marise



CAPÍTULO II





AS LOJAS





As lojas de disco são parte essencial da cultura da música e do vinil. Além de ser uma espécie de templo para os fãs, são muito mais do que simples estabelecimentos de compra e venda. São lugares de trocar informações, onde começaram bandas, amizades, e relacionamentos, amorosos e não amorosos.

São Paulo, a capital gigante, é um destino obrigatório para os fãs de discos no Brasil. A cidade abrigou e abriga algumas das melhores lojas do país. Lugares como as extintas Woodstock, Wop Bop e as resistentes Baratos Afins e Punk Rock foram responsáveis pela formação musical de muita gente, em grande parte pelas figuras por trás do balcão, que davam sua cara ao estabelecimento e diferenciavam uma loja da outra.

O ambiente da loja de discos foi imortalizado por Nick Hornby, no romance *High Fidelity* (1995). Anos depois, a obra ganharia uma adaptação para o cinema de mesmo nome, dirigida por Stephen Frears, com John Cusack no papel de Rob, na história o proprietário da loja *Championship Vinyl*, que ainda sobrevive na época em que os LPs eram considerados extintos. Além de retratar perfeitamente a personalidade de um "bolha" através de Rob e seus dois funcionários, Dick (Todd Louiso) e Barry (Jack Black), o filme mostra como a música está diretamente ligada a todos os momentos da vida das personagens.

A partir dos anos 80, grandes magazines dominaram as cidades, principalmente nos EUA. Lojas como a *Tower Records* e a *Virgin* eram como supermercados de música, e além de vender discos, CDs e DVDs, passaram a incluir em seu estoque camisetas, e outros produtos relacionados a bandas, e ter shows ao vivo, eventualmente. Com o surgimento do MP3, no começo da década de 2000, o crescimento da música virtual com o *Itunes* e os sites e programas de compartilhamento de arquivos, esse tipo de comércio foi sendo destruído.

Em 2006, uma das maiores magazines de discos do mundo, a *Tower* perdeu a batalha contra a música digital, e fechou todas as suas 89 lojas ao redor dos EUA. O fechamento de todas as franquias da gigantesca *Virgin Store* também representou para muitos a ruína da indústria fonográfica. Do início dos anos 2000 pra cá, a conversa era de que em pouco tempo não existiriam mais lojas de discos e os mais extremistas apostavam no fim da música em formato físico. A verdade é que, realmente, a procura das pessoas por lojas



Jardim Elétrico – *Uma viagem pelo mundo dos discos*





caiu bastante. A venda de músicas no Itunes passou a bater recordes, e os que continuaram comprando discos e CDs passaram a fazer isso pela internet. As vantagens são muitas: o preço é menor, não é preciso sair de casa, fica mais fácil de pesquisar o valor, e por aí vai. Por outro lado, a cultura de frequentar uma loja de discos, passar uma tarde conversando sobre música, ouvindo coisas diferentes, conhecendo pessoas, morre.

O publicitário Marco Gaspari, colecionador e vendedor de discos exemplifica bem a diferença entre as megastores e as pequenas lojas. "Nas grandes magazines faltava um pouco o fator de você poder encontrar as pessoas que tivessem a mesma paixão que você. Elas pegam um público muito diversificado. Mas se eu vou numa lojinha, a lojinha do Chico, por exemplo. O Chico gosta de progressivo, todo mundo que vai lá, vai pra ouvir progressivo, então você está conversando uma linguagem que você entende com pessoas que dividem a sua mesma paixão. As pequenas lojas que ainda resistem, estão sobrevivendo assim. Elas tornaram um público cativo, fiel, a loja serve a esse público, já não é mais aquela coisa de você ter toneladas de ofertas na sua frente e não saber nem por onde começar".

É aí que temos um contraponto curioso. No livro *Record Store Days* (Sterling Publishing, 2009), o autor comenta: "Ironicamente, a tecnologia que ajudou a dismantlar a indústria musical tem nos ajudado a voltar para um tempo mais simples e intimista, um tempo em que todas as lojas de disco eram pequenas aventuras de fãs de música para fãs de música. Ótimas lojas em quase todas as cidades continuam firmes e fazendo um grande trabalho ao manter a música disponível e as conexões entre amantes da música vivas". Talvez isso defina o porquê de vermos tantas pequenas lojas ainda resistindo e novas aparecendo. O fã de música sente falta de um refúgio, de um lugar onde a sua suposta "loucura" não é nada perto da de tantos malucos.

Em um livro dedicado aos discos, não poderíamos deixar de retratar o que é, ou pelo menos foi, o ambiente de uma loja de discos. Por isso escolhemos como representante a extinta Nuvem Nove, que fechou as portas em 2008 e por muito tempo foi considerada por muitos a melhor loja de São Paulo e um retrato perfeito da Championship Vinyl, do romance *High Fidelity*.

Bruno Marise





Nuvem Nove, uma brincadeira que virou trabalho



Arquivo pessoal

Impossível falar da Nuvem Nove sem conhecermos a figura de José Damiano, proprietário da loja em seus 17 anos de existência. Fanático por música desde criança, José sempre fez "rolo" com os discos que conseguia e foi montando uma coleção de respeito. Em 1987, ocupou a parte de baixo do sobrado de um amigo na Granja Julieta, em São Paulo, e lá começou seu primeiro negócio. "O Sebo da Granja era mais na amizade, a gente não era tão profissional, o lugar era até numa ruazinha escondida", diz ele. Júlia, a esposa de José, era cliente do Sebo e foi lá que começou a história dos dois.

Após se casarem, José decidiu transformar o hobby em profissão. Com um sócio, comprou um ponto na Rua Clodomiro Amazonas, no Itaim e em 1991 abriu a Nuvem Nove. "Lá no Sebo da Granja eu vendia discos que eu achava por aí, mas pra abrir a Nuvem que era uma coisa mais séria, mais profissional, eu pus minha coleção. Então eu fiquei só com os LPs dos Beatles que eu tinha desde a infância, e pus o restante da minha coleção pra vender".



Jardim Elétrico – *Uma viagem pelo mundo dos discos*





No começo, todo o acervo era em vinil. José e seu sócio colocaram quatro mil discos de cada coleção à venda, e como eram títulos bons, a loja começou a pegar público rápido. E foi aí que aconteceu a virada, segundo José. O CD já começava a aparecer no Brasil, e a procura pela novidade foi crescendo. "Essa época é muito interessante porque chegou um momento em que as pessoas não queriam mais saber dos LPs. Você ter vinil em casa era como ter uma coisa contagiosa. O pessoal chegava na loja com o carro lotado de vinil e falava: 'Vê o que você faz com isso aí'. Tinha gente que deixava um monte de vinil, pegava 3 ou 4 CDs e ia embora todo contente".

Aos sábados, gente com o carro entupido de vinil fazia fila para dar cabo de suas coleções. "Era meio desesperador porque eu tinha que ter CD pra troca. Hoje o vinil tem esse culto, mas naquela época ninguém estava interessado em comprar, e eles iam amontoando na loja". Com a febre do CD, José foi obrigado a chamar alguns revendedores para esvaziar seu estoque de vinil que se acumulava. "Chegava muito vinil importado, coisas de coleção de jazz, de rock. Mas não tinha muita procura, não adiantava ficar estocando, então eu chamava o pessoal e tentava vender os vinis o mais rápido possível porque no outro sábado ia chegar mais".

Com o tempo, José ampliou a loja e deixou uma parte dedicada aos CDs e DVDs e outra menor, só para os vinis. "Mantive a parte com vinil por dois motivos: porque eu pegava vinil e era barato. CD era caro, tinha que vender caro. E o vinil tinha um custo baixo, vendia barato. Não era da onde eu mantinha as minhas contas, mas também não dava prejuízo".

Mesmo tendo um acervo respeitável de vinis durante o tempo de existência da Nuvem Nove, o que segurava e vendia eram os CDs, mas nos últimos anos antes de fechar, outra virada aconteceu, e os clientes passaram a buscar mais vinil do que CD. José diz que depois de alguns anos ficou complicado achar vinis bons, porque o produto começou a ser procurado via internet, as pessoas passaram a pesquisar o preço e já sabiam a quanto vender. Lojistas que praticamente tinham abandonado o bolachão começaram a ir atrás de LPs para seus negócios. "Eu comecei a pegar menos vinil legal, porque já estava meio cansado, não tinha mais aquele pique de ir atrás. O pessoal vai para o interior procurar LP, vai para outros estados, viaja muito.

Bruno Marise





Esse pessoal que investe em vinil corre muito atrás. Em São Paulo já saturou, quem tinha que vender já vendeu, e para mim estava difícil. Então eu parei de investir. O que aparecia lá eu pegava, mas não ia mais atrás”.

Durante os seus 17 anos de vida, a Nuvem Nove foi um ponto de referência em loja de discos de São Paulo. Muitos jornalistas do ramo eram frequentadores assíduos do local, e mais do que um simples estabelecimento comercial, a Nuvem Nove tornava-se um lugar onde as pessoas que compartilhavam a paixão, poderiam passar horas conversando, conhecendo coisas novas e dando risada.

Bento Araújo, o jornalista responsável pela revista poeira Zine uma das maiores publicações especializadas em música do país, trabalhou por um bom tempo na Nuvem Nove, e tal convivência foi essencial para sua carreira. “Eu gostava daquele papo das lojas de disco, aquela coisa mais informal mesmo. Então ao mesmo tempo em que eu estava na faculdade estudando, de dia eu trabalhava em sebos e atendia o público, ficava conversando de histórias das bandas que eu gostava. Desde garoto sempre curti muito rock dos anos 60 e 70 e eu comecei a perceber que tinha muita gente assim na loja, que ia buscar informações dessas bandas. Aí um dia eu tive um estalo. Pensei ‘Pô, e se eu colocasse isso no papel e oferecesse pra essa galera aprender mais coisas sobre essas bandas?’. Eu posso dizer que a poeira nasceu numa loja de discos”. Além disso, a Nuvem Nove era um dos pontos preferidos dos críticos musicais de São Paulo. “Aos sábados ia muita gente na loja. Jornalistas, artistas, rolava um bate papo. Era um ambiente muito legal. Até hoje o pessoal sente muita falta. E começou o pessoal da Mtv a ir muito lá. Eles até falavam que a Nuvem era o segundo estúdio deles”, completa José.



Arquivo pessoal



Jardim Elétrico – *Uma viagem pelo mundo dos discos*



Além da figura carismática de José e sua esposa Júlia, sempre lembrados com muito carinho pelos frequentadores da Nuvem Nove, a loja teve funcionários que se tornaram verdadeiras lendas. Um dos mais lembrados é Elvis. Um dos primeiros vendedores cujo sonho era ter todos os discos lançados no mundo, e sua história está contada no documentário "Saudades da Nuvem Nove", produzido por Paulo Beto como uma homenagem ao fechamento da loja. "O Elvis almoça, janta, dorme, tudo pra ele é vinil. Quando eu abri a loja, convidei-o pra trabalhar comigo e ele topou. Nunca foi muito ligado em horário, morava longe, nem sei como ele topou trabalhar aqui. Acho que foi o período de maior

Arquivo pessoal



responsabilidade na vida dele. Ele passou mais de um trabalhando, e vindo todos os dias. E quem conhece o Elvis sabe que isso é um feito. E o horário de entrada dele era às 10h, mas nunca chegava às 10h. E quando ele

trabalhava aqui ele

não almoçava. Tudo pra ele é disco, e ele não gasta dinheiro com nada que não seja LP. 1 real pra ele é um LP, não é uma esfiha, uma passagem de ônibus, nada.", lembra José.

Aos 30 e tantos anos de idade, Elvis chegou a fazer uma cirurgia para arrancar todos os dentes e não precisar gastar dinheiro com dentista. Por sua fixação em comprar qualquer tipo de discos, Elvis acabou tendo um acervo muito grande. Muitas vezes, clientes da loja acabavam não encontrando determinados discos, e o Elvis vendia da própria coleção. Um caso desses ficou conhecido entre os amigos. Um rapaz apareceu na loja procurando desesperadamente por um compacto da banda Gazebo.

Bruno Marise





Já tinha viajado para a Europa procurando o disco e nada. Até que o Elvis falou para o rapaz: "Olha, eu tenho esse disco em casa, vou ver se eu acho, aí eu trago, passa aqui amanhã". No dia seguinte Elvis acabou não levando o compacto, e ficou enrolando o cara por um tempo, até que, determinado dia, achou o disco, e o cliente ficou maluco.

José conta: "O cara perguntou quanto que era, e o Elvis começou, 'Então, esse disco eu vou ter que cobrar mais caro, porque é da minha coleção'. E o cara desesperado: 'Não tem problema, bicho, fala quanto é!' E o Elvis enrolando. Aí o rapaz perdeu a paciência e falou: 'Fala logo quanto é, que eu pago!'. Elvis: 'Então, esse aí vou ter que cobrar 5 reais!' O cara ficou tão feliz que tirou 5 reais do bolso e deu mais 50, saiu pulando da loja". No mesmo documentário, José conta aos risos que Elvis tem um armário em sua casa só com discos de palhaço. "E ele tem os palhaços obscuros. Torresmo e Arrelia são mainstream. Ele conhece o Strawberry Clock Alarm⁷ dos palhaços".

Não podemos falar dos funcionários da Nuvem Nove sem lembrar Renato Marcello, também conhecido como Renato Rush. Descendente de italianos, com forte sotaque da Mooca, é tido pelos conhecidos como o maior fã vivo do Rush*. "Para trabalhar na loja, era muito bom, tinha muita paciência, atendia bem as pessoas. As senhoras, particularmente, gostavam de ser atendidas por ele. Era muito simpático e reconhecia os músicos que estavam meio esquecidos. Uma vez entrou aqui o Arthur Maia* pra olhar uns discos, e de repente aparece o Renato 'A Nuvem Nove tem a honra de receber professor Arthur Maia, turnê com Gal Costa pelos EUA, turnê com o Djavan pela Europa...' E foi falando o currículo inteiro do cara. A pessoa fica até emocionada, porque dificilmente é reconhecida em algum lugar, e aí chega na loja e tem uma recepção dessas".

Mesmo tendo um vasto conhecimento de música, Renato é sempre lembrado pelo fanatismo pelo Rush, sendo inclusive presidente do fã clube brasileiro. Um ano antes de a banda vir ao Brasil, a Mtv fez uma matéria sobre bandas que nunca tinham tocado por aqui. Renato foi o entrevistado para falar do Rush. Perguntaram se ele tinha esperança de ainda ver o Rush tocando no Brasil, e Renato não foi muito otimista.

⁷Banda obscura de Rock Psicodélico dos anos 60



Jardim Elétrico – *Uma viagem pelo mundo dos discos*





"Nunca! Porque eles não fazem viagens muito longas, não aceitam patrocínio de bebida alcoólica, não tocam em lugar aberto, então acho impossível de eles virem". Tempo depois sai o anúncio Kaiser Rock apresenta: Rush, com shows no Morumbi, Maracanã e Estádio Olímpico. "Na época que o Rush veio pro Brasil, eu até criei uma coisa inédita na lei trabalhista que é a "Licença Rush". Dei uma semana de folga pro Renato poder aproveitar, se não ia ser impossível de ele trabalhar", acrescenta José.

A fixação de Renato pela banda canadense era tanta que gerou várias histórias curiosas.

"Quando ia sair o disco Vapor Trails, que seria a volta do Rush, o Renato botou uma placa na loja fazendo contagem regressiva. E faltando um dia para o lançamento, o disco foi adiado, e ele teve que começar de novo. Quando saiu foi um dos discos que eu mais vendi, porque ele fazia um frisson tão grande, que as pessoas compravam. E eu até falava que a Nuvem Nove era a única loja do mundo que tinha um vendedor exclusivo pra uma banda, se ele fizesse isso com outros artistas eu estava feito", José lembra rindo.



Lojas de disco são lugares quase folclóricos, de muita história. E a Nuvem Nove não é diferente. Em 17 anos de existência, foram inúmeras risadas e até alguns sustos, como o caso de Zé Luís. "Tem muita gente da minha idade que foi trabalhar no banco foi trabalhar numa empresa e se desligou da música,

Bruno Marise





e quando era mais novo, ouvia Sabbath, Jethro Tull, etc. Aí o cara entrava na minha loja, via aquelas discos que tinha quando era jovem e entrava em êxtase. No trabalho a pessoa não tem com quem conversar sobre isso, e na loja achava o espaço dela. Muita gente ia lá com esse intuito. E o Zé Luís foi um deles. Ele começou a comprar uns discos dos anos 70 e me ligava falando 'Pô José, você não sabe que eu tô fazendo, tô aqui com a minha mulher tomando um vinho, ouvindo o Status Quo⁸ que eu comprei na tua loja, muito legal!'. Às vezes a mul-



her dele me ligava e perguntava se ele tinha aparecido na loja e quanto tinha gastado e falava "se ele aparecer de novo essa semana não deixa ele gastar" e eu tinha que falar pra ele dar um tempo. Um dia ela me ligou falando que o Zé Luís estava meio depressivo, querendo se matar, e perguntou se eu não queria falar com ele, que ele gostava muito de mim e passou o telefone. 'O que aconteceu, Zé? Não vai fazer besteira aí! Semana que vem vão chegar uns discos, tem tanta coisa pra gente ouvir, agora que a gente tem acesso', E ele ficou melhor, falou que ia aparecer na loja. Então tem

essa carência que as pessoas tem e que quando encontra alguém igual, que passou pelo que você passou".

José se diverte ao relembrar alguns casos. "Tinha um cara que ia lá, super bem vestido, estudante de engenharia, todo educado. E quando pegava os discos na mão, da Elis Regina, por exemplo, ele falava 'Pô Elis, você cantava muito, mulher, por que você foi nos deixar?', aí pegava um disco do Cauby Peixoto, 'Meu, você canta muito, é um injustiçado, deveria ter cantado em Las Vegas com o Sinatra'.

⁸Banda obscura de Rock Psicodélico dos anos 60



Jardim Elétrico – *Uma viagem pelo mundo dos discos*





Então cada disco que ele pegava ele fazia um comentário, conversando com a capa". Algumas histórias da Nuvem Nove já são lendárias, como a do cliente que viu na vitrine o disco Grand Funk, da banda de hard rock dos anos 70 Grand Funk Railroad. Interessada, a pessoa entrou na loja e perguntou "Esse CD do Grand Funk é o que tem a Dança da Motinha?"

Quem trabalha com discos também está sujeito a lidar com colecionadores, e dos mais chatos, que deixavam de levar um LP porque a capa em questão tinha a cor mais puxada para o verde, e a que ele procurava era mais voltada para o rosa. "O engraçado é que as pessoas acham que você assiste a todos os shows, ouve todas as rádios, assiste todos os canais, vê todos os programas", reclama José. Bento que trabalhou um bom tempo na Nuvem Nove também lembra alguns casos "Teve um cliente que chegou pra mim e falou que estava jantando num restaurante japonês em Manaus no dia anterior, e perguntou se eu por acaso eu não tinha a música. Pô meu, como é que eu vou saber que música era?", protesta.

Em 2008, após 17 anos na ativa, José decidiu fechar as portas da Nuvem Nove. O interesse começou a diminuir, e a clientela também. Além de alguns fatores que minavam os ânimos. "Uma vez foi um pessoal na loja, procurando por uma banda que ele tinha ouvido há muitos anos na casa de um amigo, o cara achava que era uma banda italiana, e lembra que a música tinha uma flauta. Aí eu deduzi que fosse "Dulcissima Maria" do Premiata Forneria Marconi⁹ e pus para tocar. De repente o cara deu um grito 'Putá que pariu, é essa mesmo! Não acredito! '. Eu fiquei até contente na hora de ter descoberto a música que o rapaz procurava. Então ele pediu um lápis e um papel e me perguntou o nome do disco e da banda, e falou 'Vou tentar baixar, se eu não conseguir eu volto aqui e compro". Com a popularização da internet, esse tipo de episódio foi acontecendo com cada vez mais frequência, e desanimando José. "A internet foi um dos motivos, mas não foi o único. Quando começou essa história de baixar música, eu ainda consegui manter a loja por um bom tempo, mas eu já estava meio cansado. A rua estava ficando perigosa. Você tá aberto pra rua, pode entrar qualquer um, eu estava ficando com medo. E também foi ficando caro pra manter o negócio. Eu até poderia continuar com a Nuvem, tendo poucos funcionários, mas eu também já estava cansando de não ter tempo pra nada, porque comerciante trabalha a semana inteira, só tem o domingo pra fazer tudo".

⁹Banda italiana de rock progressivo

Bruno Marise





Na época, também começou a ficar difícil renovar o público. O pessoal mais novo já acostumado com as facilidades do MP3, nem cogitava comprar um disco, e acabavam ficando só os clientes mais antigos, o que não era suficiente para manter uma loja grande, e muita gente além de baixar, passou a comprar discos pela internet. ²Banda obscura de Rock Psicodélico dos anos 60

"A loja tinha uma clientela fiel, mas que não se renovava. Então eu comprava cem discos, desses cem, a pessoa achava dez legais. Depois de um tempo ela não levava dez, levava dois. Então eu precisava comprar cada vez mais, e não aparecia mais colecionador, era restrito. Eram sempre os mesmos, e os mesmos já tinham muita coisa".

A notícia de fechamento da Nuvem Nove deixou muitos clientes e amigos chateados. São Paulo iria perder um dos pontos de música e cultura mais interessantes de sua história. Uma semana antes, vários jornalistas, assíduos frequentadores, marcaram encontro na loja e se reuniram em frente à fachada para uma foto. O Jornal da Tarde dedicou uma página inteira ao fechamento da Nuvem. Nando Reis, que também era cliente fiel de José escreveu uma crônica no Estadão, dizendo o quanto ia sentir falta da loja. Na época, Palmeiras e São Paulo se enfrentariam pela semifinal do Campeonato Paulista, e Nando, são paulino brincou que até torceria para o Palmeiras ganhar se isso fosse dar uma alegria para José, palmeirense fanático. "É uma crônica muito bonita, eu até emoldurei. É emocionante, porque o Nando ia sempre lá, mas a gente conversava pouco, não tinha tanta intimidade, e ele fez um texto muito bonito", completa José.

No primeiro trimestre de 2008, a Nuvem Nove fechou de vez as portas, deixando vários órfãos. Um lugar de muitas histórias, amizades e uma verdadeira Meca para os apaixonados por música. Muitos dos formadores de opinião na área musical hoje devem a José e toda sua simpatia, e anos de trabalhos dedicados ao seu amor pela música. A loja já deixa saudades até em quem nunca frequentou.

"Todo mundo que gosta de discos fantasia a loja ideal. Fica imaginando (ou pôde constatar) como seria comprar LPs e CDs nos Estados Unidos, na Europa ou no Japão. Pois eu conheci muitas lojas fora do Brasil. E a que eu gostaria mesmo de voltar a frequentar é uma que existia a menos de 10 minutos da minha casa: a Nuvem Nove, do casal José e Júlia Damiano.



Jardim Elétrico – *Uma viagem pelo mundo dos discos*





Nunca existiu outra loja igual à Nuvem Nove, nunca o ato de comprar essas bolachinhas foi tão prazeroso. Um sábado na Nuvem Nove era um ritual, compartilhado por clientes fiéis. Quando a loja fechou houve comoção. Eu estava lá. Eu vi. E tenho uma saudade imensa" relata Marco Gaspari, cliente da loja e amigo de José.



Arquivo pessoal

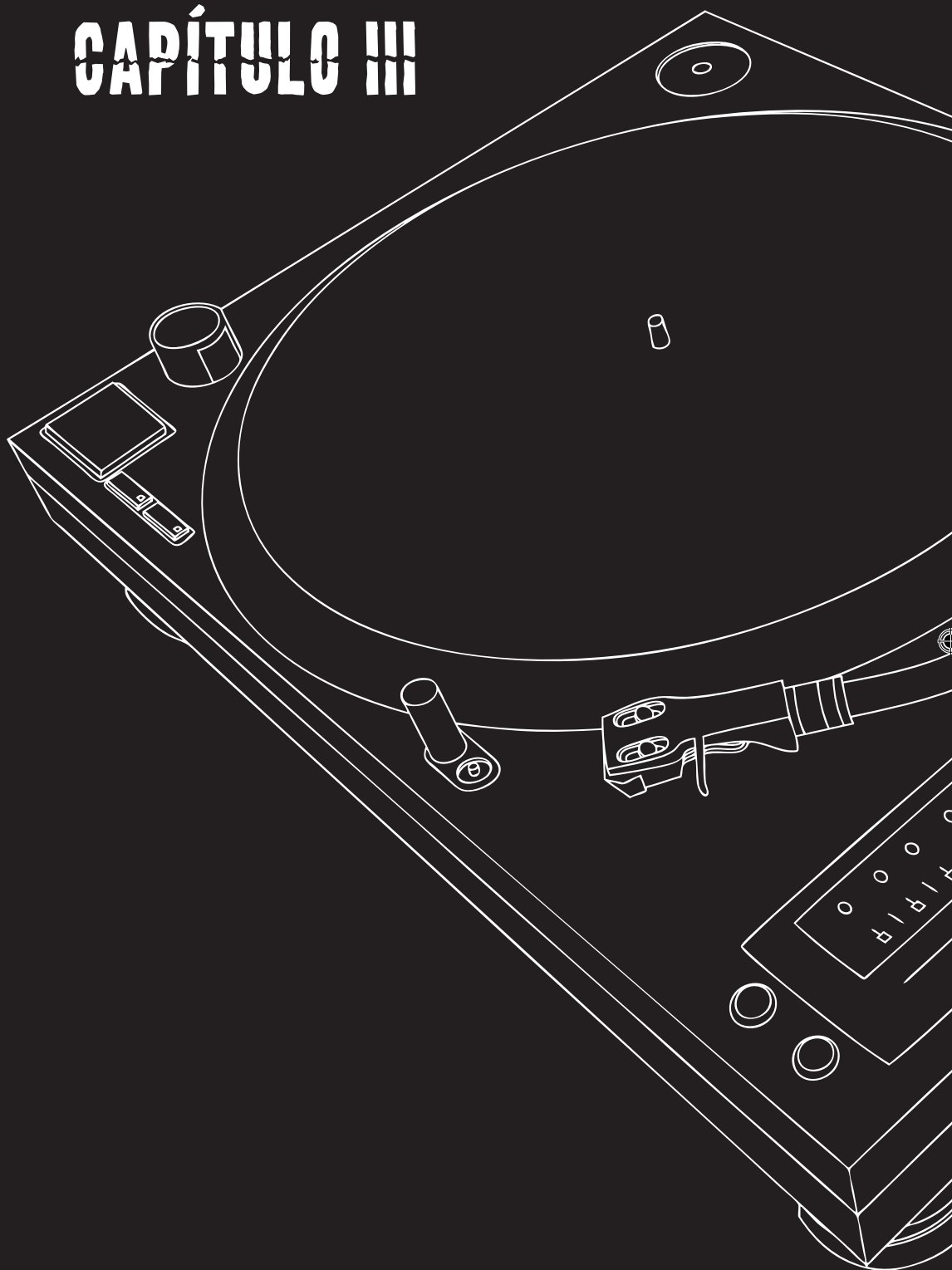
Foram lugares como a Nuvem Nove os responsáveis por moldar o gosto musical de muita gente por aí. As lojas de disco foram por muitas décadas um dos pilares que possibilitaram a conexão das pessoas através da música. Se hoje grandes magazines como a Virgin e a Tower, ou lojas como a Nuvem já ficaram no passado, lugares pequenos ainda se mantêm, dedicados somente aos verdadeiros viciados nesse universo sem fim e tão apaixonante. Enquanto existirem pessoas que gostam de música, as tão queridas lojas de disco resistirão.

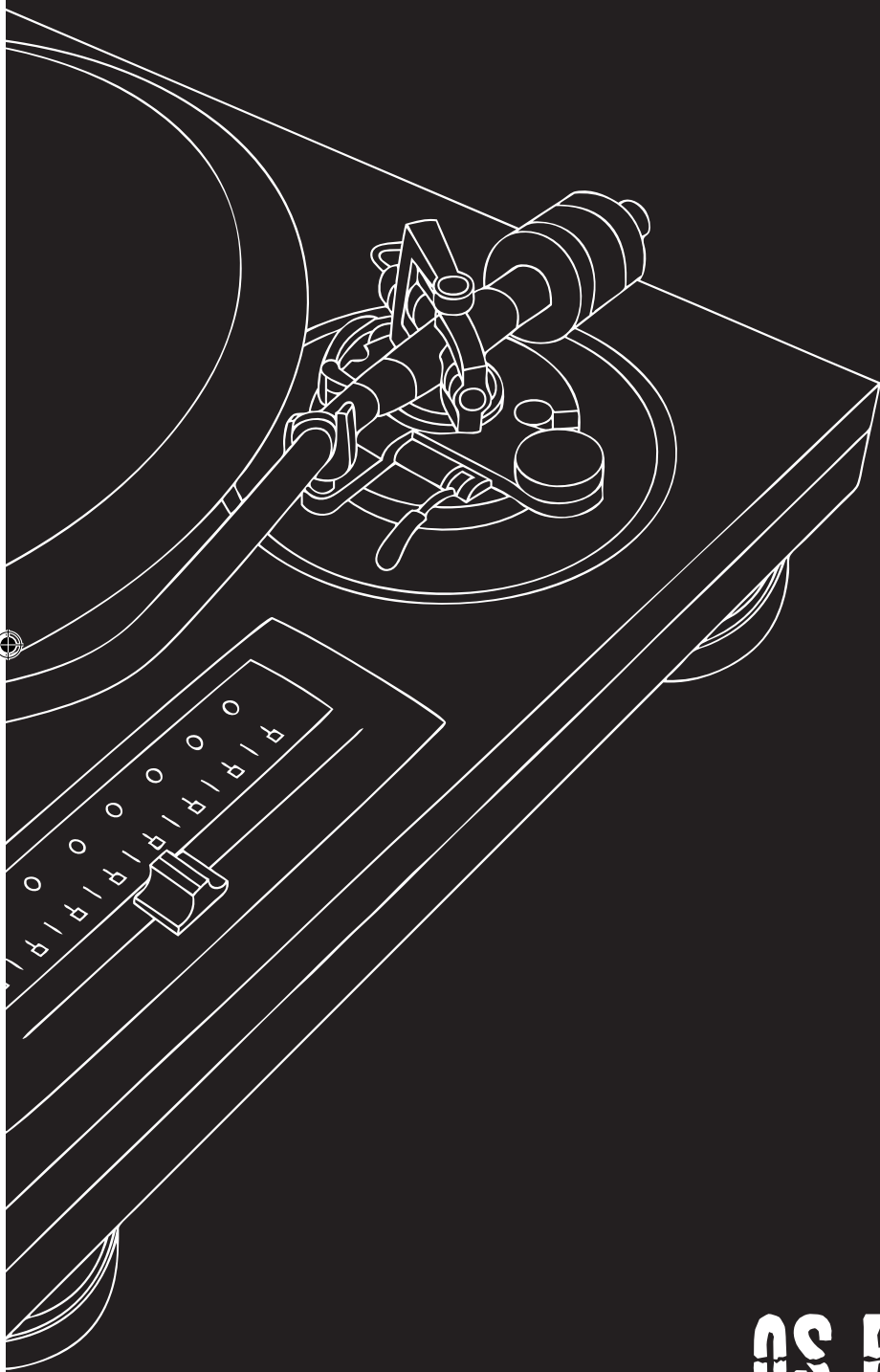
Bruno Marise





CAPÍTULO III





OS BOLHAS





Para algumas pessoas, música é apenas uma distração ou trilha sonora de eventos sociais. Mas para muita gente, a música é levada a sério, muito além de um hobby. Faz parte do cotidiano e está presente em todos os momentos de suas vidas.

Este capítulo é uma homenagem aos bolhas. Aos que deixam de sair para ficar em casa ouvindo um disco, que às vezes gastam o que não tem para comprar um LP, que passam horas e mais horas de seu tempo se dedicando ao prazer de ouvir música. Os que compartilham dessa mesma paixão vão se identificar com as histórias, as loucuras e a trajetória de vida dessas figuras. E quem pensa que esse público é estereotipado, se engana. A diversidade é grande. São homens, mulheres, uns mais jovens, uns mais velhos. Há desde músicos até profissões que não tem nada a ver com o ramo. Alguns são conhecidos, outros não, mas todos têm em comum o vício e amor pela música.

arquivo pessoal



José Damiano

Palmeirense fanático e a simpatia em pessoa. Nascido e criado no bairro do Itaim Bibi, São Paulo, José Damiano cresceu ouvindo compactos de bandas inglesas e artistas da Jovem Guarda na sua vitrolinha da Turma da Mônica, que carregava para cima e para baixo. "Tudo começou quando ouvi "I Wanna Hold Your Hand" no rádio, com dez anos de

idade", diz ele sobre o quarteto de Liverpool, única banda que faz questão de ter tudo. A música está tão presente na vida de José que além de embalar toda sua infância e adolescência, o aproximou de sua esposa, Júlia, foi o seu ganha pão durante 17 anos. Após o casamento, José decidiu transformar a brincadeira de comprar e vender discos em coisa séria. Mesmo sendo grande apreciador do vinil, José defende o CD: "Eu tenho uns sete mil CDs e eu coleciono de 57 a 77, só rock e um pouco de música brasileira. Se não fosse o CD eu não teria conhecido 70% de bandas do meu tempo que foram relançados depois. O CD começou a indústria toda de novo, então tudo que já existia em vinil, que já era raro, não dava pra comprar ou era caro. Eu não sou daqueles caras que acha o CD horrível e mesmo porque o CD melhorou muito de qualidade. Você pega os discos novos do Neil Young, por exemplo, e eles têm uma qualidade igual a do vinil, a consistência do vinil, o mesmo grave".

Hoje a coleção de José não é a mesma de quando jovem. Em vinil, mantém somente os discos dos Beatles e as carreiras solos dos membros. O restante é em CD.



Jardim Elétrico – Uma viagem pelo mundo dos discos



Um armário da casa fica reservado só para CDs repetidos. Qualquer fã de música que der uma pequena passada no apartamento de José pode ficar de boca aberta com a quantidade de material do ex-lojista. Uma infinidade de DVDs, box sets, discos e livros. Mas, José não se vê como um colecionador doente. "Algumas bandas eu compro tudo. Por exemplo, David Bowie eu tenho todos. Tem artistas que eu falo que se eu não gostei, é porque fui eu que não entendi, então eu compro e deixo lá guardado. Beatles que é minha banda preferida, eu tenho tudo, mas eu não fico comprando, por exemplo, disco com capa diferente, edição alemão, japonesa. Compro a discografia normal, inglesa, os discos solos ou uma ou outra coisa diferente, mas não sou de ficar procurando disco pela raridade, não".

Atualmente, José já não compra tantos discos como antes. Mas lembra de quando gostava de sair garimpando. "Muitas vezes não é você que acha o disco, é o disco que te acha. Eu sempre fui assim, se tinha 10 reais no bolso, ia pra Pinheiros ver se achava algum disco, e passava à tarde inteira fuçando e sempre levava alguma coisa legal", conta.

Nos últimos meses da Nuvem Nove, José aproveitou e adquiriu muita coisa. Depois de "aposentado" ele aproveita para dedicar a maior parte de seu tempo fazendo o que mais gosta: ouvindo música, e claro acompanhando o seu Palmeiras. Desde 2009 participa do poeiraCast, o podcast da revista poeira Zine, onde, com o editor Bento Araújo, e os amigos e jornalistas Ricardo Alpendre e Sérgio Alpendre, debatem sobre inúmeros assuntos do mundo da música.

Os 10 preferidos de José Damiano:

- **The Beatles** – *Sgt Pepper's Lonely Hearts Club Band* (1967)
- **The Zombies** – *Odessey And Oracle* (1968)
- **Neil Young** – *Harvest* (1972)
- **Yes** – *Close to the Edge* (1972)
- **David Bowie** – *The Rise And Fall Of Ziggy Stardust And The Spiders From Mars* (1972)
- **Donovan** – *Sunshine Superman* (1966)
- **Procol Harum** – *Procol Harum* (1967)
- **The Moody Blues** – *A Question Of Balance* (1970)
- **The Bee Gees** – *Bee Gees' 1st* (1967)
- **The Rolling Stones** – *Exile On Main Street* (1972)

Bruno Marise





Chuck Hipolitho

Nascido no simbólico ano de 1977 (data chave para a explosão do punk rock), Eduardo, cujo apelido que ganhou nos tempos de Mtv é praticamente um nome, é um cara que vive música 24h por dia. Guitarrista, compositor, produtor, ex-VJ, hoje divide as atividades entre sua banda, Vespas Mandarin, o estúdio Costella e o canal que abriu no You-

tube com sua companheira Gaia, onde o casal mostra sua coleção de discos, preferências musicais, dá dicas, indica bandas entre outras coisas. A música esteve presente na vida de Chuck desde a infância. "Eu lembro que quando eu tinha uns seis anos, morava em Brasília, e na escola que eu estudava tocava muito Os Paralamas do Sucesso na rádio, durante o intervalo. Isso foi fundamental pra mim e me deixou completamente apaixonado pelos Paralamas". Aos 8 anos, o jovem Chuck ganhou do pai o disco La Bamba, depois de ter ficado louco ao ouvir o velho hit na rádio. "Foi a primeira vez que eu pirei em música. Quando era moleque eu ouvi o La Bamba até furar. Uma hora eu troquei pelo *Apettite For Destruction* (primeiro disco dos Guns 'n' Roses) e me arrependi muito, porque eu queria ter mantido aquele primeiro disco".

Grande entusiasta do vinil, Chuck passou a comprar seus próprios discos na época em que o LP começou a entrar em decadência. "Lembro que lá em Pirassununga era comum a gente ganhar vale disco de presente, e ia na loja trocar. E nessa época eu peguei o Like A Prayer da Maddona. Foi um dos primeiros discos que eu tive. Quando você é novo, não se vê como consumidor, só quer ter aqueles discos, você não se sente um colecionador. Mas eu lembro que eu comecei a comprar disco mesmo quando conheci Ramones, que foi a banda que me pegou quando eu era adolescente. Eu queria ter tudo, queria tocar igual, me vestir igual". Sua paixão pelos Ramones, aliás dura até hoje.

A fixação de Chuck pelo vinil foi voltando ao longo dos anos, junto com a ressurreição do formato. "Eu sempre gostei de vinil, mas teve uma época que eu parei de comprar disco em geral, porque eu não tinha grana mesmo e, de um tempo pra cá, acho que de uns seis, sete anos, eu comecei a comprar LP. Comprar mesmo. Mas eu não coleciono, eu saio comprando, quando aparece na minha frente eu levo". O músico não esconde a empolgação: "a qualidade do som de vinil, quando é ruim já é legal, quando é boa, é uma coisa muito prazerosa, eu sinto a diferença.



Jardim Elétrico - *Uma viagem pelo mundo dos discos*



Pra mim é uma delícia, porque ele não tem nada de digital, é tudo analógico, é convencional, é bonito. Por ser analógico, não tem buraco na música. Você sente que o que você tá ouvindo ali é orgânico, é um processo físico que tá rolando".

Chuck tem o hábito de compartilhar seu apreço com a filha Nina, sempre dando discos na mão dela. E também com sua companheira, Gaía, com quem divide o apartamento: "Lá em casa a gente ouve vinil com um monitor de estúdio profissional. Eu levo muito a sério isso, o tempo inteiro tá rolando música. Eu gosto de sentar com a minha namorada pra colocar um disco pra tocar e OUVIR música".

Sobre as preferências de sua coleção, Chuck responde de cara: "Tem um 7" de uma banda brasileira que se chama Skate Aranha, que eu adoro. O *Õ Blésq Blom* e o *Tudo Ao Mesmo Tempo Agora* dos Titãs em prensagem original e que eu não tenho interesse em pegar a versão nova. E tudo que o Mazine da Lajã Records, uma distro lá do Espírito Santo, me manda eu acho maravilhoso, e são xodó pra mim".

Os 10 preferidos de Chuck Hipolitho:

- **Ramones** – *Rocket to Russia* (1977)
- **Ramones** – *Ramones* (1976)
- **The Stooges** – *Fun House* (1970)
- **Billy Bragg and Wilco** – *Mermaid Avenue* (1998)
- **Titãs** – *Tudo ao Mesmo Tempo Agora* (1991)
- **Titãs** – *Õ Blésq Blom* (1989)
- **Os Paralamas do Sucesso** – *Selvagem?* (1986)
- **Os Paralamas do Sucesso** – *O Passo do Lui* (1984)
- **Raimundos** – *Raimundos* (1994)
- **Nirvana** – *Nevermind* (1991)

Arquivo pessoal



Gaía Passareli

Gaía nasceu também em 1977, e acabou tornando-se jornalista pelo amor à música. Desde pequena teve muita influência, com um pai maestro e multi-instrumentista, e uma mãe produtora de eventos com um gosto musical forte, que ia de MPB e Tropicália até Jazz e Blues mais antigos. Ainda criança, Gaía e a irmã brincavam de por os discos dos pais na vitrola.

Bruno Marise





Com 10 anos, começou a comprar seus próprios LPs, além dos que ganhava de presente da mãe como *True Stories*, dos Talking Heads, com dedicatória na capa. Mesmo tendo começado a consumir música quando o vinil entrava em decadência, Gaía sempre manteve a preferência pelos bolachões. "Eu praticamente pulei o CD. Os discos de vinil que eu tinha na casa dos meus pais ficaram guardados muito tempo e depois, quando eu fui morar sozinha, eu levei tudo comigo. Os poucos CDs que eu tenho são maioria promos que eu ganhei trabalhando como jornalista".

Diferentemente da maioria dos entusiastas do vinil que determinam sua superioridade sonora em relação aos outros formatos, Gaía tem sua preferência por outros fatores. "Eu não sou audiófila, não presto atenção nisso mesmo. Eu gosto do formato. Eu curto colecionar coisas. O CD tem uma coisa legal: ele permite você fazer boas coleções. Boxes são coisas muito legais. Mas eu nunca tive o afeto pelo CD que eu tenho pelo vinil".

Além da preferência pelo formato, o seu vínculo com vinil também está ligado a sua paixão pela música eletrônica. "Até hoje a música eletrônica é baseada em vinil. Historicamente o DJ toca com duas turntables e mixa de uma pra outra, uma coisa que o CD nunca substituiu com eficiência. A primeira coisa tecnologicamente importante que conseguiu fazer bem esse papel foram os toca discos com sons monotônicos que ficam emulando o mp3 que vem a partir da interface que o DJ tá usando, que nada mais é que uma alternativa ao formato original do vinil", relata Gaía.

Ela acabou tornando-se jornalista por acaso. No final dos anos 90, fez um curso de programação HTML, época em que a internet estava começando a se popularizar, e em 1997 criou seu primeiro website com dois amigos DJs. A ideia do projeto era levar informação sobre a cena de música eletrônica no Brasil, que ainda era restrita e muito pequena. Os dois amigos acabaram desistindo do site, e Gaía decidiu assumir a bronca sozinha. "Eu fiquei com aquilo na mão e aí pensei, 'ou eu escrevo ou ninguém vai escrever' e comecei e não parei deste então". O que era apenas um projeto acabou tornando-se a profissão de Gaía, que no final de 2010 foi contratada pela extinta Mtv para comandar um programa de música alternativa, que acabou cancelado pouco depois. O trabalho como VJ durou até o fim da emissora, mas foi lá que ela conheceu o namorado Chuck Hipolitho, com quem criou o canal Gato & Gata, já antes citado.



Jardim Elétrico – *Uma viagem pelo mundo dos discos*





A paixão pela música não é compartilhada só com Chuck, mas passada às gerações mais recentes. Gaía conta que encontrou um aparelho de som 3 em 1 (Vitrola, CD Player e Rádio) na casa da mãe, e deu de presente para a irmã mais nova. A garota ficou emocionada e já começou a comprar seus próprios LPs. "Minha irmã não cresceu ouvindo LP. Pra ela é uma coisa praticamente nova e ela achou incrível. Esse pessoal mais novo cresceu acostumado com a praticidade do MP3. Então o vinil é uma coisa nova, diferente. Eles estão vendo a música como uma coisa física, e isso é muito legal".

Os 10 preferidos de Gaía Passarelli:

- **David Bowie** - *The Man Who Sold The World* (1970)
- **David Bowie** - *Hunky Dory* (1971)
- **David Bowie** - *The Rise And Fall Of Ziggy Stardust And The Spiders From Mars* (1972)
- **David Bowie** - *Aladdin Sane* (1973)
- **David Bowie** - *Pin Ups* (1973)
- **David Bowie** - *Diamond Dogs* (1974)
- **David Bowie** - *Young Americans* (1975)
- **David Bowie** - *Station to Station* (1976)
- **David Bowie** - *Low* (1977)
- **David Bowie** - *Heroes* (1977)

Arquivo pessoal



Bento Araújo

Os familiarizados com a cultura underground já devem estar acostumados com o nome de Bento Araújo. O jornalista de 37 anos é responsável pela revista poeira Zine, uma publicação especializada em música dos anos 60 e 70 e que, desde 2003 vem crescendo e se mostra como um dos melhores redutos sobre o assunto no país. É uma verdadeira declaração de amor à música.

Bento começou a se interessar por música quando o Queen veio ao Brasil em 1981, e sua tia, que era fã da banda, passava o tempo todo ouvindo. Dois anos depois, o Kiss também desembarcou por aqui, na turnê do disco *Creatures of The Night* (1982), e o show atraiu o pequeno Bento. "E aí depois o primeiro Rock in Rio me abriu portas pra caramba e foi nessa época que eu comecei a comprar meus discos.

Bruno Marise





Meu primeiro foi o *Love At First Sting* (1984) do Scorpions, que eles estavam promovendo na época do Rock in Rio. Foi a primeira vez que eu fui numa loja e falei pra minha mãe que queria um disco."

Desde cedo Bento começou a trabalhar em lojas de disco e sebos, o que foi essencial para que ele viesse a criar a poeira, anos depois. Ele, que já teve banda, e chegou até gravar uma demo, viu que era complicado viver de música autoral no Brasil. Decidiu partir pra outro ramo, mas sem deixar de fazer o que gosta. "Eu fui fazer jornalismo pra viver de música, e o jornalismo musical foi uma alternativa que eu encontrei pra poder continuar nesse meio".

É perceptível o prazer que Bento tem em seu trabalho. Passar o tempo todo lendo, ouvindo, pesquisando, e conhecendo música é o sonho de muita gente. E o jornalista tem isso como o seu sustento. E não esconde a satisfação em estar sempre ligado em música cada minuto de seu dia.

Bento diz ser um grande entusiasta do vinil e tem orgulho de nunca ter dado cabo de sua coleção na época em que o formato estava em baixa. "Às vezes eu prefiro ficar em casa com os meus discos do que sair. É uma relação meio louca. É um ritual colocar o disco, olhar a capa, ouvir o disco inteiro, Lado A e Lado B. Acho que com o CD se perdeu muito isso, de você dedicar tempo para ouvir. Hoje em dia é aquela correria, você acaba ouvindo música no seu celular no metrô, ou um CD no carro. E com o vinil não, o vinil te exige um tempo. Além disso, tem a questão sonora que eu acho muito mais agradável. Para mim, é o formato ideal para se ouvir música até hoje".

A rotina corrida de uma cidade grande e a falta de tempo acabam sempre minando as horas livre do dia, e poder se dedicar a ouvir e apreciar um disco é sempre complicado. "Eu tento fazer tudo ouvindo disco. Se eu vou almoçar, eu tento colocar um disco pra tocar enquanto isso. Às vezes quando eu vou tomar um café, eu também coloco um disco. Se eu estou em casa eu estou ouvindo", comenta.

Apesar de ter vários itens de respeito, Bento não se diz um colecionador de vinis. "Tem algumas bandas que eu compro tudo. Mas são poucas. Grand Funk Railroad é uma delas. Eu tenho prensagem japonesa, peruana, americana, brasileira. O resto eu compro o que eu gosto mesmo. Eu não caio nessa de disco raro. Tem muita coisa que é rara e é ruim. Eu só tenho discos de que eu gosto, se não eu já passo pra frente, até por uma questão de espaço. Esse é um problema pra quem gosta de vinil".



Jardim Elétrico – *Uma viagem pelo mundo dos discos*





Questionado sobre o motivo de existir devoção ao vinil, Bento hesita: "Eu acho meio inexplicável essa atração pelo vinil. Qualquer outra coisa eu consigo deixar de comprar, mas se é um disco que eu tô querendo, eu não deixo passar. Às vezes até faço uma loucura. Tem um amigo meu que tem uma coleção fantástica, e a gente fica enchendo o saco, perguntando o que ele vai fazer com tudo quando morrer, e ele fala que vai ser que nem um enterro viking: colocar o corpo dele num barco junto com todos os discos, tacar fogo e jogar no mar", ri.

Os 10 preferidos de Bento Araújo

- **Grand Funk Railroad** – *E Pluribus Funk* (1973)
- **Free** – *Fire And Water* (1970)
- **Thin Lizzy** – *Renegade* (1981)
- **Allman Brothers** – *At Fillmore East* (1971)
- **The Mothers Of Invention** – *Freakout!* (1966)
- **David Bowie** – *Low* (1977)
- **King Crimson** – *In The Court Of The Crimson King* (1969)
- **Led Zeppelin** – *Led Zeppelin* (1969)
- **Jimi Hendrix** – *Electric Ladyland* (1968)
- **Deep Purple** – *Come Taste The Band* (1975)

Arquivo pessoal



Micael Machado

O gaúcho Micael com três anos de idade já surpreendia cantando as músicas que seus pais gostavam. Cresceu durante os anos 80 junto com o chamado BRock, a explosão popular do Rock no Brasil, capitaneada por grupos como Titãs, Os Paralamas do Sucesso, Blitz, Ultraje a Rigor, Legião Urbana e RPM, e que fez Micael ter até hoje um grande apreço por esse período. Projetista elétrico industrial, ele tem o privilégio de poder trabalhar ouvindo música. "A minha profissão permite que eu trabalhe com meus fones, escutando música sempre. Como estou no trabalho, acabo preferindo MP3 ou o Youtube mesmo, mas, sempre que possível, acabo levando um CD ou DVD para escutar durante o serviço. Vinil ouço apenas em casa, até pela dificuldade de ter um aparelho de som perto. Em casa, ouço muito mais CDs e vinis que outros formatos", completa.

Bruno Marise





Na época em que o LP sofreu uma baixa, ao invés de trocar seus discos pelos CDs, Micael se aproveitou da situação. "Eu mantive a coleção, e aproveitei para ampliá-la quando o vinil passou a valer quase nada. Penso que o disco verdadeiro é o vinil, o CD é uma forma mais prática de ouvir e carregar. Assim, sempre que posso e o preço permite, procuro ter em o disco em vinil, mesmo que já tenha o CD. Por outro lado, tem muita coisa que tenho em vinil e não penso em ter em CD".

Mesmo tendo uma coleção de mais de mil LPs e mais de 5 mil CDs, Micael não se considera um colecionador. "Apenas gosto de ter tudo o que for possível das bandas que eu aprecio. O problema é que gosto de muitas bandas, algumas com uma discografia extensa. Então, a coleção acaba ficando grande. Mas não faço nem um terço das loucuras que outros colecionadores que conheço fazem para ter um disco".

Como qualquer fã de música, Micael tem uma conexão com os discos, que é mais do que uma simples relação de um dono com seus objetos. "São meus amigos, meus companheiros, aqueles a quem recorro para me animar, para comemorar, para me alegrar. É mais do que um monte de plástico acumulado em um canto, eles são parte da minha história, olho para alguns e lembro como eu era na época em que os conheci ou comprei. São vários significados, todos difíceis de colocar em palavras".

A banda preferida do gaúcho é Ramones. Mas não é só Punk e Rock Nacional dos anos 80 que faz a cabeça de Micael. Os xodós de sua coleção são os bootlegs em vinil e os box-sets, em sua maioria importados. Micael cita também os discos da gravadora Ytse Jam e alguns itens do Collectors Club do King Crimson.

Os 10 preferidos de Micael Machado

- **Guns 'N' Roses** – *Appetite For Destruction* (1987)
- **Sepultura** – *Chaos AD* (1993)
- **Iron Maiden** – *Live After Death* (1985)
- **The Clash** – *London Calling* (1979)
- **Jethro Tull** – *Thick As A Brick* (1972)
- **The Allman Brothers Band** – *At Fillmore East* (1971)
- **Faith No More** – *Live At Brixton Academy* (1990)
- **Derek And The Dominos** – *Layla And Other Assorted Love Songs* (1970)
- **Dead Kennedys** – *Fresh Fruit For Rotting Vegetables* (1981)
- **The Cure** – *Disintegration* (1989)



Jardim Elétrico – *Uma viagem pelo mundo dos discos*



Arquivo pessoal



Mairon Machado

Não poderíamos contar a história de Micael Machado sem lembrar de seu irmão mais novo, o físico Mairon. Nascido em 1970 no Rio Grande do Sul, a influência do irmão mais velho e do pai foi essencial em sua formação musical. Aos sete anos, ficou encantado ao ouvir "Stairway to Heaven" do Led Zeppelin na telenovela Top Model e pediu à mãe que o levasse para comprar o disco. "Ao chegar na loja com minha mãe, pedi um disco do Led que tivesse esse clássico. O vendedor me apresentou o IV e uma gravação ao vivo da banda. Ao olhar na contra-capa uma canção chamada "Dazed and Confused", que ocupava todo o lado B do vinil duplo, não perdi tempo e comprei. Amor a primeira audição a partir de então", conta.

Mairon tem preferência pelos LPs e já teve a felicidade de visitar inúmeras lojas de discos por diversos países, como Holanda, Bélgica, Grécia, França, Itália e Inglaterra. O físico conta que nunca se desfez de seus bolachões e aproveitou o período de baixa do formato para aumentar sua coleção, que hoje conta com 3500 vinis, 1200 CDs e 400 DVDs, fora os box sets. Diferentemente de outras figuras deste capítulo, Mairon se considera um colecionador. "Tem muitos discos que comprei por conta da coleção, e desses, um bom número eu mantenho apenas pela coleção, pois não gostei ou dificilmente tenho vontade de ouvir novamente", afirma.

O apreço por comprar discos já causou problemas para Mairon, que chegou a gastar o que não tinha comprando mais de duzentos discos em duas semanas durante o período em que morou no Rio de Janeiro. "Tive que enfrentar a curiosidade do pessoal do aeroporto com as malas lotadas de vinis, mas não ia perder as raridades".

O gaúcho também é conhecido por suas opiniões polêmicas ao exaltar alguns discos que são geralmente considerados como de mau gosto, e Mairon bate no peito e os defende com a maior convicção, provando que todo o estardalhaço não é apenas para chamar a atenção, como brincam seus amigos.

As andanças do físico em busca de discos também lhe permitiram presenciar algumas histórias, muitas delas engraçadas, como a do rapaz que chegou a uma loja de discos com toda sua coleção do Iron Maiden e perguntou ao lojista: "Vocês trocam discos?". O vendedor disse que sim, e o rapaz respondeu: "Troco todos os meus discos do Iron Maiden pelos discos que você tiver do Camaleão".

Bruno Marise





O vendedor ficou impressionado com a coleção do rapaz, com bastante raridade, e disse: "Meu amigo, sua coleção vale muito mais do que os discos do David Bowie que eu tenho". E o rapaz fala: "David Bowie?? Eu quero o Grupo Camaleão! Minha namorada disse que ia me deixar se não comprasse os discos deles!".

Bastam alguns minutos de conversa com Mairon para se entusiasmar com a paixão que o físico tem pela música, e com a fluência do papo. "Hoje os discos fazem parte importante da minha vida. É neles que busco minha fuga do trabalho, dos momentos difíceis. É o meu hobbie, e diria que das 18 horas em que fico acordado diariamente, pelo menos uma hora deve ser dedicada à música para eu ter uma vida saudável", ri.

Os 10 preferidos de Mairon Machado:

- **Led Zeppelin** - *Physical Graffiti* (1975)
- **Yes** - *Tales From Topographic Oceans* (1973)
- **Queen** - *Hot Space* (1982)
- **Beach Boys** - *Pet Sounds* (1966)
- **Genesis** - *The Lamb Lies Down on Broadway* (1974)
- **Black Sabbath** - *Never Say Die!* (1978)
- **Jefferson Airplane** - *Long John Silver* (1972)
- **David Bowie** - *Low* (1976)
- **Armageddon** - *Armageddon* (1975)
- **Deep Purple** - *Come Taste the Band* (1975)

Arquivo pessoal



Davi Pascale

"Música é minha vida. Recentemente mudei de casa e a primeira coisa que disse pros caras foi que a parte de CDs, LPs e DVDs eu ia fazer junto. Tem uma ordem certa para embalar. Eles devem ter achado que eu era louco, mas acompanhei. Guardo meus discos em ordem alfabética e minha coleção é grande. Se me tiram de ordem são meses até colocar tudo em dia de novo". É assim que o jornalista Davi Pascale define sua relação com os discos.

Sua ligação com a música é de família. O tio é baixista profissional. O pai é músico amador e já tocou em banda cover dos Beatles, além de ser colecionador de discos.



Jardim Elétrico - *Uma viagem pelo mundo dos discos*



Seu primeiro interesse por música foi por acaso. Tinha 3 anos de idade e seu irmão costumava lhe assustar com a capa do *Creatures of the Night* (1982) do Kiss. "Morria de medo daquela capa. Todo dia, lá vinha o infeliz. Mas teve um dia que não saí mais correndo e pedi para ele tocar o disco. Foi o suficiente para iniciar minha paixão pela música, por discos e pelo Kiss" conta.

A coleção de Davi tem em torno de 3 mil LPs, 13 mil CDs. E na parte de vídeo aproximadamente 3.500 DVDs e 800 fitas VHS. "Sou colecionador dos artistas que gosto. Desses eu tenho a coleção completa. Não compro um disco só porque o cara foi importante. Eu compro disco para ouvir, não para jogar em uma estante. E escuto todos do início ao fim", completa Davi. Além de ter um grande número de itens em sua coleção, Davi já chegou a desembolsar mais de 500 dólares por um único disco, da cantora colombiana Shakira, cujos dois primeiros LPs são raríssimos e a artista proíbe o relançamento em CD. "Depois de muitos anos pesquisando e esperando o preço baixar (o que não ocorria) tomei coragem e comprei os discos. O segundo LP dela – *Peligro* – é o disco mais caro que comprei na vida. 600 dólares. Mas aí finalmente entendi porque ela não autoriza. O disco é uma bosta!".

Em uma viagem aos EUA, Davi aproveitou o preço baixo de alguns CDs e resolveu comprar vários, em torno de 40. Sabendo que poderia ter problemas na hora de passar a bagagem, resolveu tirar os CDs das caixas e espalhar entre as roupas da mala e guardou a nota fiscal na carteira. "Na hora de passar na esteira, acendeu a luz vermelha, o fiscal abriu a mala, virou de cabeça pra baixo e começou a sair CD de tudo quanto é lugar. De baixo das blusas, do meio das cuecas, foi um rolo. Tive que falar com polícia federal, mostrar nota de compra, explicar o porquê de tantos discos. Mas no final deu tudo certo, me liberaram".

Davi sempre frequentou lojas de disco e continua comprando vinil até hoje, focando mais em coisas inéditas do que em reedições. Apesar disso, não tem preferência por formato, considerando suas escolhas muito relativas. "Depende muito do que você está ouvindo. Acho que tem muito a ver com o fator de como foi feito. Como foi gravado, como foi mixado. Hoje os álbuns são gravados em um equipamento digital e o CD é digital. Os LPs eram gravados com equipamento analógico e o vinil segue essa lógica. Quando você pega um material digital e transforma em analógico, ele fica morto, sem brilho. Às vezes, fica embotado. Sinto isso com as edições em vinis dos álbuns atuais, salvo algumas exceções, como as reedições de Beatles, Rolling Stones e Black Sabbath, por exemplo".

O jornalista surpreende por seu gosto eclético, que vai de Heavy Metal ao pop mais comercial sem dificuldade. Davi parece não ter problema com isso. Na época em que começou a se interessar por música, os anos 80, era comum alguém ouvir Iron Maiden, The Cult e Madonna ao mesmo tempo.

Bruno Marise





"Tenho uma admiração muito grande tanto pela cena heavy quanto pela cena rock como pela cena pop. Cresci com essa mentalidade. E continuei acompanhando os três gêneros".

Entre os itens preferidos de sua coleção estão o LP *Monster* do Kiss em 180g autografado pelos quatro integrantes, cujas assinaturas Davi conseguiu pessoalmente, assim como o CD Single de *Burn* com autógrafo do Glenn Hughes e o CD *Doro*, também autografado. O jornalista também cita a primeira prensagem inglesa do *Please Please Me*, disco de estreia dos Beatles, e a prensagem japonesa com compacto exclusivo do LP *Speak Of The Devil*, de Ozzy Osbourne.

Os 10 preferidos de Davi Pascale:

- **Kiss** – *Creatures of the Night* (1982)
- **Beatles** – *Sgt. Pepper's Lonely Hearts Club Band* (1967)
- **The Who** – *Tommy* (1969)
- **Iron Maiden** – *The Number of The Beast* (1982)
- **AC/DC** – *Back in Black* (1980)
- **Van Halen** – *Van Halen* (1978)
- **Deep Purple** – *Burn* (1974)
- **Whitesnake** – *Slide It In* (1984)
- **Kiss** – *Revenge* (1992)
- **Led Zeppelin** – *II* (1969)

Arquivo pessoal



Pablo Ribeiro

O artista plástico e designer Pablo nasceu em 1978, no Rio Grande do Sul. Filho de um pai "Beatlemaníaco" e uma mãe fanática por Paul McCartney teve boa parte da infância com trilha sonora da banda inglesa. A partir dali foi descobrindo as gerações de influenciados e uma coisa foi puxando a outra. No início dos anos 90, Pablo começou a comprar seus primeiros discos, e frequentar lojas do ramo tornou-se um hábito.

"Um dos programas mais prazerosos pra mim sempre foi frequentar as lojas de disco. Saber das novidades, conversar com o pessoal que curtia a mesma coisa (internet na época era pouco mais do que um devaneio futurista), olhar aquele monte de capas diferentes, além das camiseta, pôsteres e tudo o mais. Mesmo depois do advento das compras via internet, prefiro comprar em lojas".

O artista não esconde sua preferência pelos LPs, além da atração pelo material gráfico e a questão visual, a questão sonora também é um fator importante para ele. "Aquele som "quente" e encorpado do analógico deixa qualquer gravação comendo poeira!". A coleção de Pablo reúne mais de 700 itens, entre LPs, CDs e fitas K7,



Jardim Elétrico – *Uma viagem pelo mundo dos discos*



mas ele não se diz muito metódico com seus discos. "Confesso que o que importa é a música em si, e tudo que a envolve. Para ser honesto, nunca entendi essas relações de poder que vários colecionadores têm, onde ter cada vez mais é mais importante do que curtir o que se tem". Pablo coloca sempre a música em primeiro lugar e não se importa com o valor que o disco tem.

Residente em Porto Alegre, Pablo não se esquece de citar Getúlio, um vendedor de discos folclórico da cidade, "uma lenda!", segundo ele. Getúlio é proprietário da loja Boca do Disco, bastante antiga e tradicional de Porto Alegre, e é conhecido por suas opiniões polêmicas sobre alguns nomes consagrados do rock, como Eric Clapton e Jimi Hendrix. "Enganadores!", segundo Getúlio. Mas essas constatações seriam apenas implicâncias do vendedor, e, apesar das brincadeiras, é um grande conhecedor de música, "O senso de humor pra lá de sarcástico - e negro - do cara não poupa nem mesmo os clientes. Certa vez, um sujeito parou na porta da loja (Boca do Disco) e perguntou, com um sotaque meio mole, de malandro de boutique: 'O que tu tem de surf music aí?' Getúlio, movendo no máximo dois ou três músculos, respondeu sem pestanejar: 'Surf Music só no Havai!'. O cara ficou alguns segundos se recuperando da tonteira, e foi embora. De cabeça baixa. Esse é Getúlio, a lenda dos discos de POA", conta Pablo.

Assíduo consumidor de vinil até hoje, Pablo diz que só não compra mais porque às vezes a grana falta. Para ele, colecionar, comprar, escutar, e principalmente conhecer discos e música em geral é uma enorme e importantíssima parte de sua vida.

"Em mais de vinte anos consumindo esse tipo de mídia, dediquei bastante tempo e grana nisso. Não me arrependo em nenhum momento. Pouquíssimas coisas superam a satisfação e o prazer de pegar aquele LP antigão que se está há um bom tempo atrás, ou então um bolachão 0 Km e botar pra rodar naquele monstro dos anos 70, enchendo a casa de som".

Os 10 preferidos de Pablo Ribeiro

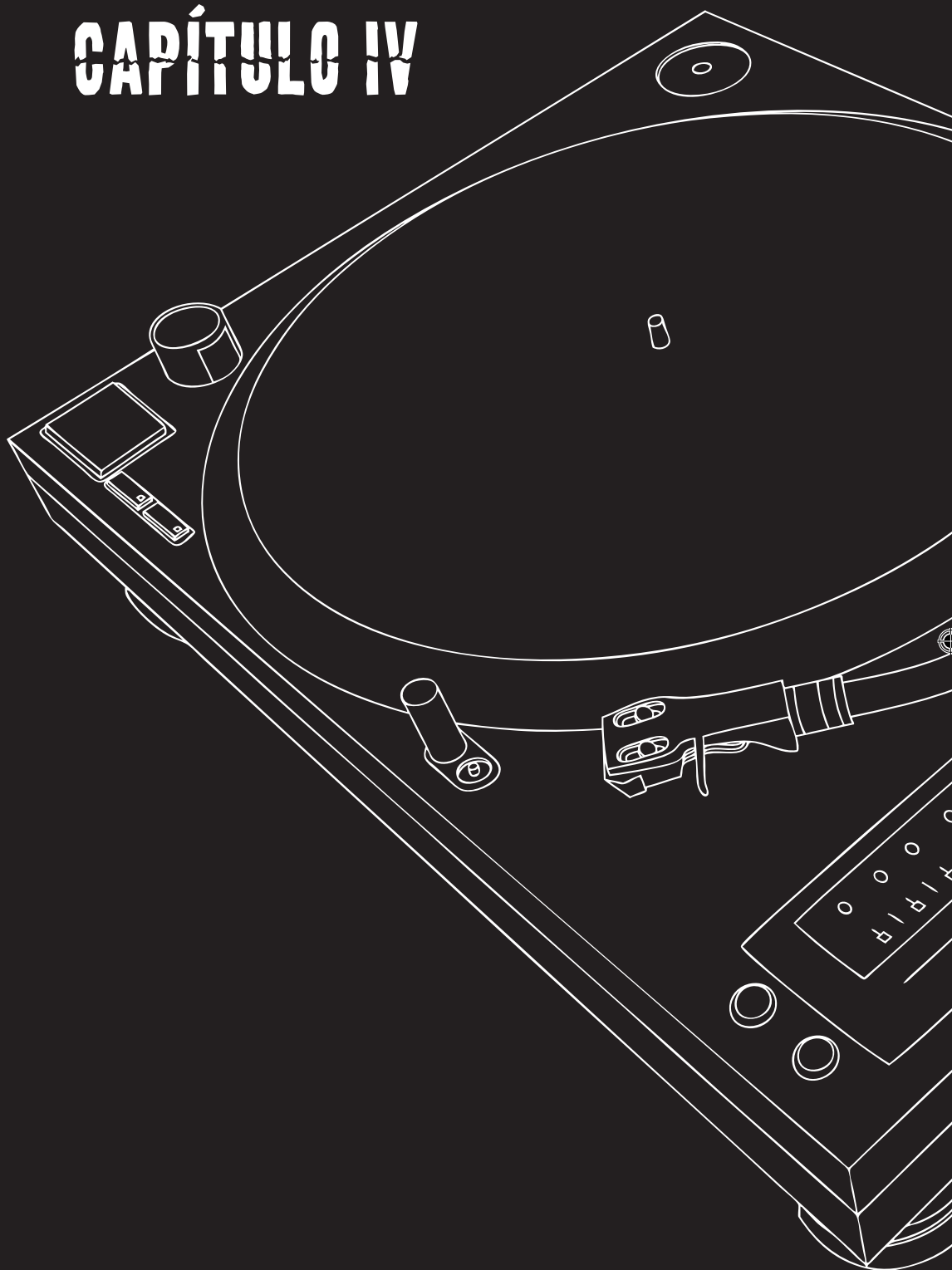
- **The Jimi Hendrix Experience** - *Electric Ladyland* (1968)
- **The Beatles** - *The Beatles (White Album)* (1968)
- **The Stooges** - *The Stooges* (1969)
- **Black Sabbath** - *Black Sabbath* (1969)
- **Paul McCartney And Wings** - *Band On The Run* (1973)
- **Kiss** - *Kiss* (1974)
- **Judas Priest** - *Sad Wings Of Destiny* (1976)
- **Ramones** - *Ramones* (1976)
- **Iron Maiden** - *Killers* (1981)
- **Metallica** - *Ride The Lightning* (1984)

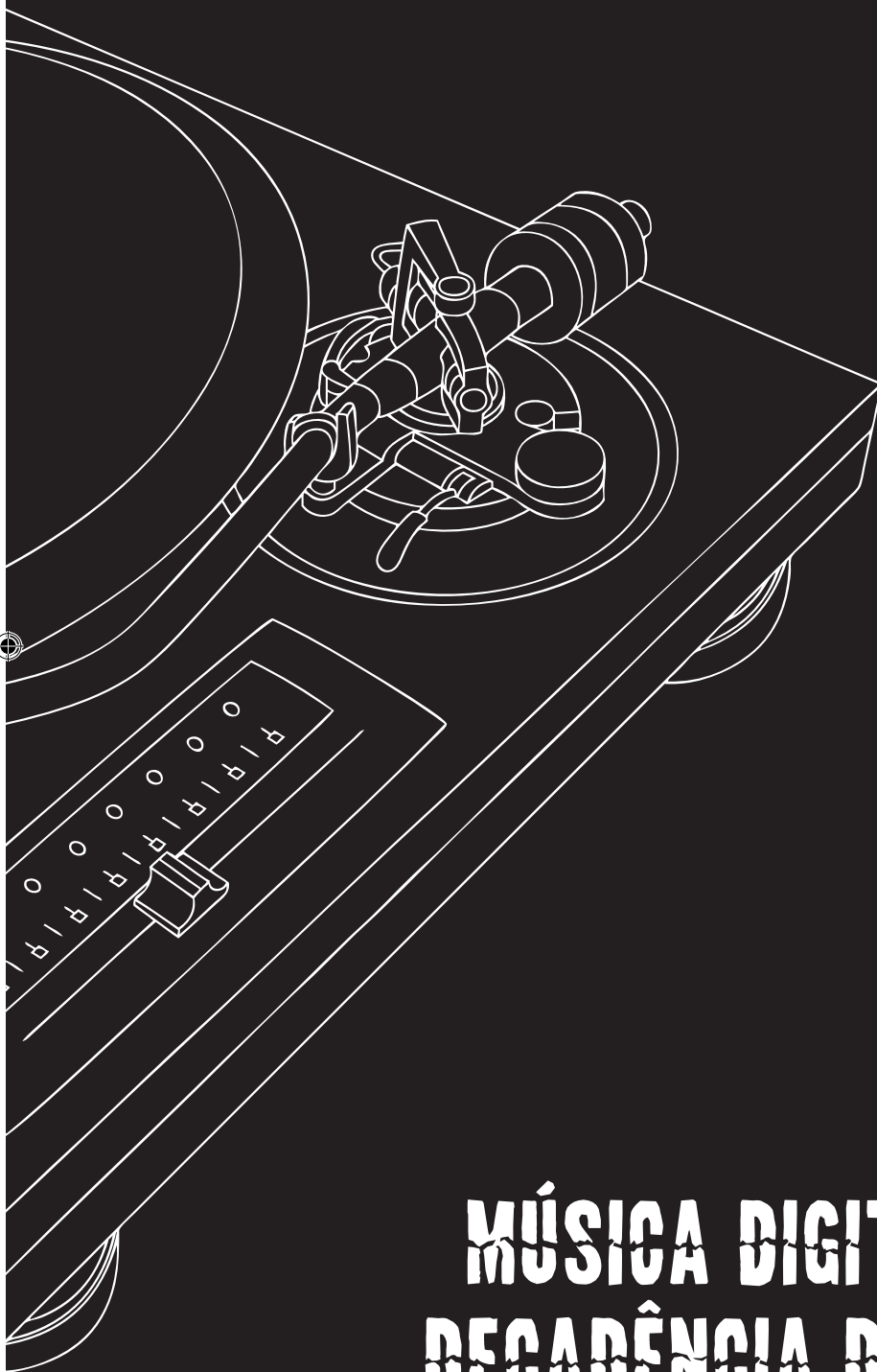
Bruno Marise





CAPÍTULO IV





MÚSICA DIGITAL E A DECADÊNCIA DO VINIL



1991. Rodrigo tem 35 anos e um vício. Seu primeiro contato com a droga foi aos 15 anos de idade, quando experimentou na casa de um amigo. A partir dali, começou a ir buscar sempre mais drogas com o mesmo amigo. Rodrigo passou a comprar. Todo sábado frequentava o mesmo endereço para adquirir itens novos. E tinha de tudo: drogas pesadas, drogas que davam sono, drogas alucinógenas, drogas viajantes e por aí vai. O vício só aumentava, e Rodrigo começou a gastar mais do que podia, e eventualmente até vendia suas coisas para conseguir drogas novas. É claro que estamos falando de música: O vício de Rodrigo é comprar discos. Quando descobriu Led Zeppelin foi "amor à primeira ouvida". Nos vinte anos que se passaram, criou uma coleção invejável. Aos 35 anos, se orgulha de ter mais de 5 mil títulos, das mais variadas bandas.

Porém, desde 87 um burburinho de que um novo tipo de disco tinha sido inventado rodava por aí. Em algumas lojas, já era possível ver o tal Compact Disc. No lugar das imensas embalagens de papelão, uma pequena caixinha de acrílico, e ao invés do pesado e imponente disco preto de plástico, um disquinho que cabia na palma da mão. Dizia-se que o som era limpo, sem chiado, e, na hora de tocar, dava até pra pular de faixa pra faixa, avançar, voltar. Sempre que alguém tocava no assunto, Rodrigo fechava a cara: "Isso é um absurdo! Nunca vão substituir o LP!".

No mesmo ano de 1991, os CDs apareceram com maior frequência nas lojas. Rodrigo via seus amigos trocar coleções inteiras por meia dúzia de CDs. Outras pessoas só pensavam em se livrar daquele monte de objetos que ocupavam espaço e juntavam poeira pela casa. "Isso é uma coisa muito comum entre colecionadores, tem gente que tem paixão por livro, por selo, e tem gente que é apaixonado por disco, e às vezes essa fixação é tão grande, que eles acabam privando a família de ter acesso a outras coisas. Por exemplo, a mulher fala que tá precisando de uma geladeira nova, o cara vira e fala que não tem dinheiro, mas ela percebe que o cara sempre aparece com disco em casa escondido, e a mulher vai pegando uma raiva daquilo, tanto que a hora que o marido morre, a primeira coisa que faz é passar tudo aquilo pra frente, de qualquer jeito", conta Marco Gaspari

Bem, Rodrigo é um personagem fictício, mas sua história nem tanto. Muitos podem se identificar com a sua situação. Os primeiros CDs a aparecerem, além de caríssimos, tinham qualidade péssima. A resistência foi enorme, a princípio. Só depois, quando os novos modelos foram chegando com melhor qualidade de som, o público começou a abraçar a novidade.



Jardim Elétrico – Uma viagem pelo mundo dos discos





Mesmo assim, uma razoável parcela se recusou a trocar sua coleção de bolachões pelas caixinhas de acrílico.

Embora tenha começado a se popularizar no início dos anos 90, o CD (Compact Disc) já era uma invenção não tão nova na época. Em 1979, a empresa holandesa Philips e a japonesa Sony se juntaram para criar uma mídia que trouxesse portabilidade com qualidade de som, já que as fitas cassete só correspondiam à primeira exigência. Em 1982, o CD chegava ao mercado, juntamente com o aparelho reproduzidor. O novo suporte era gravado digitalmente, e reproduzido por meio de leitura a laser. Além de leve e portátil, tinha um som limpo e livre de chiados. Os primeiros exemplares e aparelhos eram extremamente caros, principalmente no Brasil, mas alguns anos mais tarde, tanto os CDs como os CD Players começaram a ser fabricados por aqui, o que baixaria o custo e os popularizaria de vez.

Era o fim. Os "Rodrigos" da vida tinham que se dar por vencidos. Ter vinil em casa era ter uma tralha. No Brasil, as fábricas foram diminuindo de produzir de vinil, até pararem. Naturalmente, as grandes lojas passaram a vender somente CD. Para os que ainda se recusavam a se render os Compact Discs, o único reduto eram os sebos.

A dispensa de LPs foi tanta, e a procura tão baixa, que os preços caíram bruscamente. Quem ainda pretendia manter e até ampliar sua coleção e soube se aproveitar se deu bem. "Nos anos 90, eu era um grande consumidor de CDs e mais ainda de vinis. E pude acompanhar toda essa transformação. Os sebos, como qualquer comércio, viviam da demanda e os clientes queriam CDs. Era preciso que as lojas criassem espaços para abrigar os CDs e, devido à pequena procura, começaram a liquidar os vinis. Foi a fase em que eu mais comprei vinil na minha vida. Lotes e lotes de vinil a preço de banana. Também foi a época em que os clientes passaram a trocar seus vinis por CDs e vendiam a um preço ainda mais ridículo, claro, que aqueles praticados pelos comerciantes que revendiam esses mesmos vinis. Por exemplo: um cara chegava no sebo com trezentos LPs e saía de lá com 20 CDs na troca, tendo muitas vezes de deixar algum dinheiro na loja. Uma coisa maluca", lembra Marco Gaspari.

Se parte do público mais velho sofria com a transição, os mais jovens praticamente nem puderam presenciar o reinado do LP. Nascido em 1985, Tony Aiex, fundador e editor do site Tenho Mais Discos Que Amigos¹⁰, lembra: "quando eu era adolescente e comecei a me envolver com música, não existia vinil. Vinil era aquele troço velho que meu pai tinha em casa. Como eu era novo, pra eu comprar um CD já era difícil, tinha que pedir pra minha mãe, juntar dinheiro, comprar vinil era impossível, não tinha como achar. O CD fez muita parte da minha vida".

¹⁰Site especializado em música e discos

Bruno Marise





Com o advento do CD, foi possível o relançamento de muito material fora de catálogo. "Muitas bandas dos anos 60, eu só fui conhecer em CD. E tinha disco que ficava inviável de se ter em LP. Então, por exemplo, eu jamais tive todos os Frank Zappa em vinil, não dá.

São 70 discos, e era sempre muito caro. Em CD eu comprei 65 Frank Zappa. E na questão sonora, tudo é relativo, também. Pra você pegar um vinil legal, tem que estar em muito bom estado, de preferência importado. Por exemplo, eu ouço muito progressivo, e tem aquelas passagens lentas, silenciosas. Se eu for ouvir um vinil que fica aquele chiado, estalos, até estraga. Se você pega um CD remasterizado do Van Der Graaf Generator*, por exemplo, tem o som limpo, grave. Então não é bem assim: 'CD é lixo, vinil é legal'. Tem vinil que é lixo também, tem edição nacional que é abafada, tem aquelas prensagens que eles põem 30 músicas de cada lado, o som fica horrível", afirma José Damiano.

O novo modo de reprodução do CD também trouxe novidades. "As coisas mais legais do CD são as maiores maldições hoje em dia. Que são o Hi-Fi digital, e o lance de poder ir pra frente, botar pra trás, colocar no aleatório. Esses recursos são coisas que mudaram o hábito



Jardim Elétrico - *Uma viagem pelo mundo dos discos*





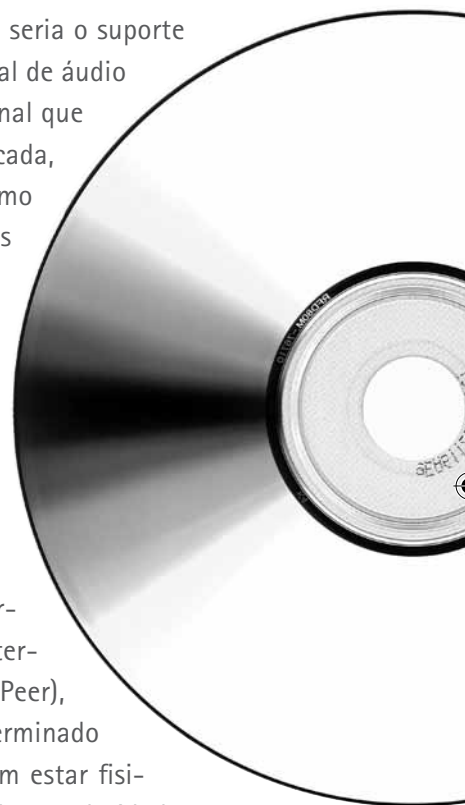
das pessoas ao longo do tempo e, em minha opinião, foi o que fodeu o gosto das pessoas por música", critica Chuck Hipolitho.

Talvez a grande mudança que o CD tenha trazido, dentre todas as suas novas possibilidades, foi a portabilidade: Era possível levar a música para todos os lugares. Em 1995, foi criado o primeiro Discman, um reproduutor de CD portátil. Assim era possível ouvir música no carro, no ônibus, ou caminhando na rua, simplesmente. Algo inimaginável com o LP.

No final dos anos 90, se alguém achava que o CD seria o suporte definitivo, teria uma surpresa. O MP3, versão digital de áudio comprimido que correspondia a 75% do som original que estava em desenvolvimento desde o início da década, deu as caras. Em 1998, a Sony instituiu o MP3 como um arquivo padrão e, no ano seguinte já surgem os primeiros aparelhos para a sua reprodução. Além de uma qualidade decente, o novo formato ocupava pouca memória virtual, o que permitia o armazenamento de várias músicas no computador, algo até então impossível.

Mas em 1999 a música sofreria um novo baque: Com a crescente popularização da internet e o MP3 consolidado, o Napster surgia. Criado pelo jovem americano Shawn Fenning, o programa permitia aos usuários compartilhar arquivos pela internet, através de um sistema chamado P2P (Peer to Peer), que consistia em fazer o download de um determinado arquivo de um ou mais computadores alheios, sem estar fisicamente conectado a eles. O Napster foi ganhando popularidade e, no começo dos anos 2000 tornou-se uma empresa. A possibilidade de compartilhar músicas e ter acesso às coleções de terceiros pela internet atraiu muita gente, principalmente jovens.

Os executivos da indústria fonográfica não ficaram nada contentes com a novidade, e decidiram mover um processo legal contra Shawn e o Napster. Em 2001, acusada de quebrar a Lei de Copyright e direitos autorais, a empresa foi fechada e todos os seus servidores, desativados. Alguns músicos também foram contra o programa, como os membros do Metallica, que participaram dos processos judiciais.



Bruno Marise





Um ano depois, o Napster foi comprado pela Roxio, produtora de softwares. Mas o estrago estava feito: na mesma época surgiram uma infinidade de programas similares, e a transformação estava consolidada.

Consumir música através da internet e de graça era uma realidade, e nem as gravadoras, nem as autoridades tinham como policiar isso. Algumas empresas souberam se adaptar à situação, como a Apple, que em 2003 criou o iTunes Music Store, serviço que comercializa música em formato digital, através de download, cujos arquivos eram compatíveis com o iPod, modelo de MP3 players vendidos pela empresa.

Vacas Magras

Final dos anos 90. São Paulo. O cenário é uma pequena loja de discos, nos fundos de uma casa. De trilha sonora, "Maracatu Atômico" na voz de Gilberto Gil. O vendedor, Durval, curte o som enquanto um cliente fuça as prateleiras. Ele se dirige ao caixa:

- Eu não acredito Durval, cê ainda não entrou na era do CD?
- Eu só trabalho com LP.
- Mas não pode não. Não pode não. Como é que a gente vai ficar? O ano 2000 tá aí, o CD tá predominando.
- Danilo, tem gente que é fiel ao LP.
- Hahaha! Mas vai acabar, né?
- O que vai acabar?
- O LP! Agora todo mundo só quer CD, as indústrias vão parar de produzir vinil.
- O que é que vai acabar?!
- O LP!
- Vai acabar o que, que é isso! Cê veio aqui botar uruca na minha loja? Sai pra lá, assombração! Vão parar de produzir vinil? Sai pra lá!
- São dados!
- Que são dados! Ô amigo, tem muita gente, mas muita gente mesmo, que prefere LP.
- Por quê?
- Quer saber por quê? Olha o LP, que maravilha! É grande! E o CD? É só esse miolinho aqui. No CD você consegue escolher a música, mas aqui você vê a faixa que é grande, a faixa que é pequena, você



Jardim Elétrico – Uma viagem pelo mundo dos discos





escolhe exatamente o ponto que vai a música.

- Não, verdade. Isso é, isso é.

- E tem o Lado A, e o Lado B, que é COMPLETAMENTE diferente! Cê lembra disso, não lembra?

- Não, não, cê tá certo, tudo que você falou aí tá certo, mas o som do CD é muito melhor.

- O SOM?!

- Sim!

- Mas a música, não tem comparação.

- Bom, aí eu já não sei...

O diálogo é parte do filme *Durval Discos* (2002), produção brasileira dirigida por Anna Muylaert. Durval vive com a mãe e tem uma pequena loja de discos nos fundos da casa. Ele insiste em trabalhar com o LP mesmo durante o período mais baixo de procura do formato. Nesse caso a ficção, o drama de Durval, refletiu a situação de uma infinidade de lojistas durante a baixa do vinil. Os que não se renderam ao CD, ou fecharam as portas, ou tiveram que se contentar com uma fiel, mas pequena clientela.

Se o vinil era tido como morto e enterrado, com o surgimento e a popularização do MP3, o CD começava a se sentir ameaçado. A praticidade do formato já não se justificava, pois com o MP3 era possível adquirir discografias inteiras por download e transferi-las para um celular, pen drive ou MP3 Player. Como se não bastasse a comodidade da "música virtual", uma nova tecnologia apareceu em meados da década de 2000: o streaming se popularizou através do YouTube, que permitia a reprodução de conteúdo audiovisual on line, sem que fosse necessário o download de arquivo. Menos de 10 anos depois do estouro do MP3, o universo da música sofria outro choque. Permitindo que os usuários pudessem fazer o upload seus próprios arquivos no site, o YouTube acabou se transformando em poderosa ferramenta de divulgação e consumo musical. Após um período de briga por direitos autorais e batalhas judiciais, o novo recurso acabou sendo adotado por bandas e gravadoras, que passaram a disponibilizar o seu acervo, de graça, pela internet, por meio do YouTube. Quem sofreu o baque dessa vez foram as emissoras de TV dedicadas à música como a MTV (Music Television). Com sua programação baseada em videocliques, foi obrigada a se reinventar para sobreviver.

Bruno Marise





Como ouvimos música?

Tantas mudanças em um relativamente curto espaço de tempo acabaram alterando sensivelmente a maneira de se consumir música. Será que hoje ouvimos um disco como se ouvia nos anos 70? Com a quantidade de transformações sociais e tecnológicas, é óbvio que não.

"Ficou tudo muito descartável. Antigamente você juntava duas pessoas, acendia um incenso, enrolava um baseado, botava o disco na vitrola e começava a ouvir. Isso não existe mais. A pessoa agora abre o computador, põe o fone de ouvido, entra no YouTube e vai em alguma faixa tal e acha que conhece tudo da banda. Geralmente na internet você não para pra ouvir um disco, você ouve enquanto tá fazendo um monte de coisa. Então aquilo passa a ser mais um fundo sonoro pra uma atividade qualquer. Antes não, você sentava na almofada e OUVIA. Curtia aquele disco de cabo a rabo um milhão de vezes. O máximo que você fazia ao mesmo tempo era ler um livro, depois que já conhecia bem o disco. A primeira audição era uma coisa muito especial, você realmente se cercava de um monte de coisas que gostava, e aquele era um momento solene, um ritual", relata o colecionador Marco Gaspari.

Com a quantidade de opções e ofertas disponíveis e o acesso disponibilizado pela internet e tecnologia em geral, o tempo para conhecer e assimilar tanta coisa acaba ficando curto. José Damiano protesta: "Hoje todo mundo reclama que os artistas antigos não fazem mais coisa legal. Um pouco pode até ser, mas não é tudo verdade. Eu acho que hoje a gente não ouve com tanta atenção. Se você comprasse um disco dos Rolling Stones há 40 anos, nossa! Ouvia 100 vezes! A música tocava no rádio. Hoje, você compra um disco novo dos caras, dá uma passadinha nas músicas e guarda. Não fica naquela 'Amanhã vou acordar e ouvir de novo'. Antigamente, você comprava e ficava semanas ouvindo o disco, mostrando pros amigos. Hoje em dia fica difícil você criar carinho pelo disco como a gente criava, porque é tudo tão mais rápido, você não presta tanta atenção".

O engenheiro elétrico e colecionador, Micael Machado, também reclama da banalidade e efemeridade da escuta musical na atualidade: "Hoje ninguém mais dedica um tempo para sentar, o vir um disco, ler o encarte, acompanhar as letras, ver a ficha técnica. Hoje é tudo muito rápido, muito descartável, ninguém quer "namorar" ou "casar" com a música, é só uma questão de "ficar" com ela rapidinho, se satisfazer e seguir adiante, deixando a coitadinha abandonada. As pessoas não se interessam em saber a história da banda, quem são os componentes, o negócio é "curtir" e ir atrás da próxima".



Jardim Elétrico - Uma viagem pelo mundo dos discos





Quando a internet deu um baque na indústria musical, os mais velhos relutaram, pelo menos a princípio. Alguns acabaram se rendendo à facilidade. Mas mesmo conformados, ainda culpam a web pela "morte" da boa música. Porém, os que perceberam que a internet poderia ser uma aliada e não inimiga, descobriram um "novo mundo".

Muito se diz da falência da indústria fonográfica como consequência do avanço da internet e da música digital. Mas essa mudança parece não ser necessariamente negativa. Antes os artistas ficavam dependentes das vendas de números de discos, e isso nem era o que lhes rendia mais dinheiro. Com o número de álbuns vendidos caindo bruscamente, as bandas e artistas foram obrigados a passar mais tempo fazendo shows. "Eu não acho que a internet matou a indústria, acho que a indústria não soube se adaptar à internet. A estrutura da indústria fonográfica é arcaica. Antes, a banda ficava milionária, a gravadora ficava milionária, o dono da casa de show ficava milionário. Tinha alguma coisa errada. Porque uma banda ganhava um caminhão de dinheiro, e a gravadora ganhava ainda mais? Porque a gravadora ia lá, escolhia uma banda de um gênero, colocava na rádio que quisesse, e essa banda vendia um milhão de discos na primeira semana. Em compensação, tinha outras 10 bandas que faziam um som parecido e ninguém ouvia falar, porque não tinha internet, não tinha MTV. As rádios recebiam dinheiro pra tocar o que as gravadoras quisessem, a internet veio, democratizou e fez com que as gravadoras se tocassem. Não é pra elas ficarem milionárias com cada disco que lança. E a indústria demorou pra engolir isso. Mas eles começaram a aceitar que iam ganhar muito dinheiro com alguns artistas específicos, mas com outros que, não tivessem um grande apelo, não. E a internet é responsável por isso. As bandas também demoraram pra se adaptar a essas mudanças. Eu recebo muito material de banda, todo dia. E é triste ver nego achando que vai botar vídeo no YouTube, fazer anúncio pago na internet e vai explodir e ficar rico. As bandas tão com preguiça de ir pra estrada se foder. O rock em particular nunca fui um negócio cultural, foi muito contracultura, contra o estabelecimento, sempre que uma banda se popularizou foi fazendo o oposto do que era padrão, quebrando regra. E houve uma época em que isso deu muito dinheiro porque a indústria era diferente, mas hoje em dia, banda de rock que não quiser por o pé na estrada vai 'rodar'. O Metallica, que é uma banda com mais de 30 anos, faz isso.

Bruno Marise





O Lars Ulrich (baterista do Metallica) deu uma entrevista recentemente e foi questionado quando a banda iria lançar disco novo. A resposta foi: 'Nós temos conta pra pagar, disco não dá dinheiro, a gente tem que fazer show e por enquanto vamos ficar em turnê, quando sentirmos que tá na hora mesmo de lançar um disco, a gente vai lançar'. Se o Metallica falou que tem que tá na estrada pra ganhar dinheiro, então as bandas do mundo têm que fazer o mesmo. E isso é uma coisa que a maioria das bandas não captou ainda. O cara tem o emprego dele de segunda a sexta, e toca de fim de semana no bar de um amigo e reclama depois que rock no Brasil é difícil. Mas não se arrisca. Então, a indústria toda não entendeu ainda que o negócio mudou", relata Tony Aiex.

As bandas e artistas que souberam se adaptar à internet passaram a usá-la como ferramenta de divulgação e contato direto com o público. A web permitiu independência aos músicos. Facilitou o contato entre as cenas, para marcar shows e divulgar cada trabalho. Muitos grupos começaram a disponibilizar seu material para download em sites oficiais, ou por streaming, onde o internauta pode ouvir a música de graça, e, através de um contrato com a empresa responsável, o artista é remunerado pela quantidade de "ouvidas" das músicas.

A mudança na maneira de ouvir música nos últimos 50 anos foi, de fato, gigantesca. Na época do vinil, era necessário que se dedicasse tempo ao disco. A pessoa certamente ia parar o que estava fazendo. As fitas cassete apareceram como uma alternativa portátil para se ouvir música nos carros, principalmente, mas sua



Jardim Elétrico - *Uma viagem pelo mundo dos discos*





baixa qualidade sonora e fragilidade não a tornavam um concorrente do vinil. O CD conseguiu cumprir esse papel: trouxe portabilidade com um som Hi-Fi.

Com o MP3, a portabilidade do CD caiu por terra, mesmo sua qualidade sonora correspondendo 75% do áudio original, além de permitir que uma quantidade muito maior de faixas fossem gravadas. Os MP3 players

tornaram possível carregar uma coleção inteira de músicas dentro do bolso. Com a tecnologia do stream-

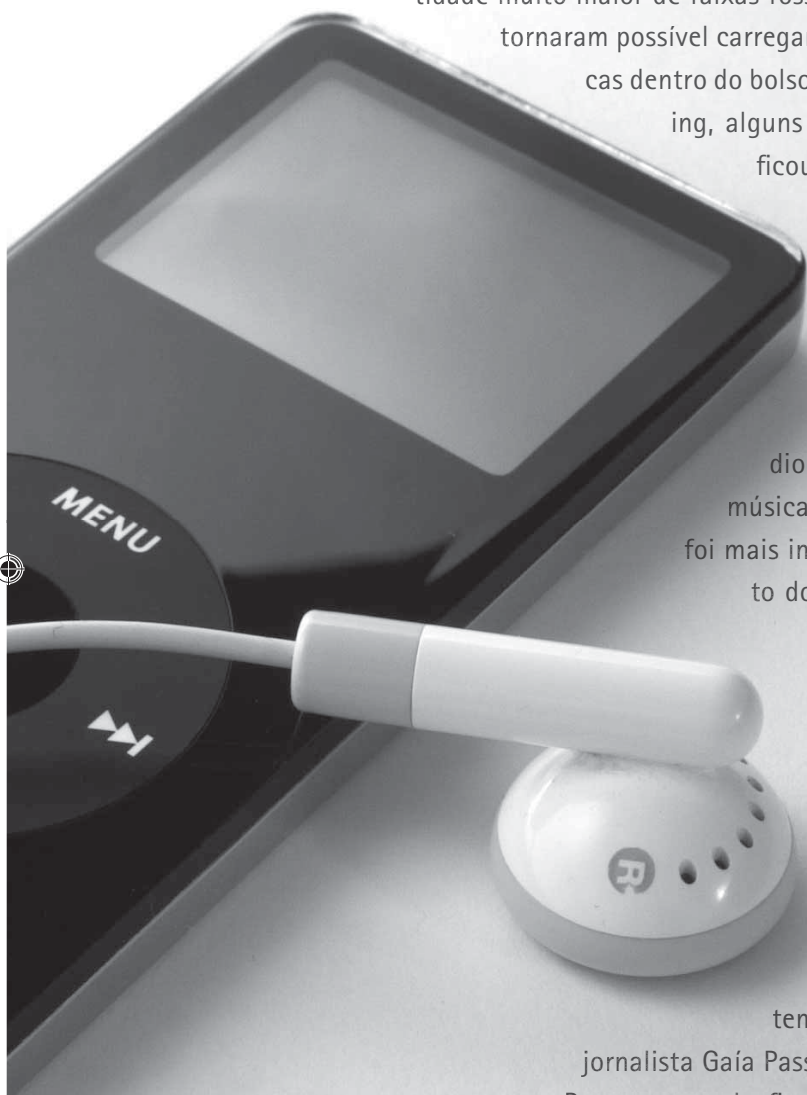
ing, alguns anos depois, a acessibilidade ficou ainda mais rápida e fácil.

"Hoje as pessoas ouvem música no celular, MP3 Player. O Ipod foi uma coisa muito divisora de águas, na mesma época que estava rolando o Napster, Audiogalaxy, etc. Essa revolução da música em arquivo, da música digital, foi mais impactante do que o surgimento do CD, no começo dos anos 90.

Eu arrisco dizer que as pessoas hoje consomem música mais do que em qualquer outra época, só que em vários formatos. Basta dar uma andada no centro de São Paulo pra ver a quantidade de CD pirata, e eles só tão sendo vendidos porque tem gente comprando", afirma a

jornalista Gaía Passareli.

Bem, mas onde fica o vinil nessa história toda? Com a banalização no hábito de ouvir música, iTunes batendo as vendas de discos físicos e a pirataria incontrolável, algo inesperado aconteceria.

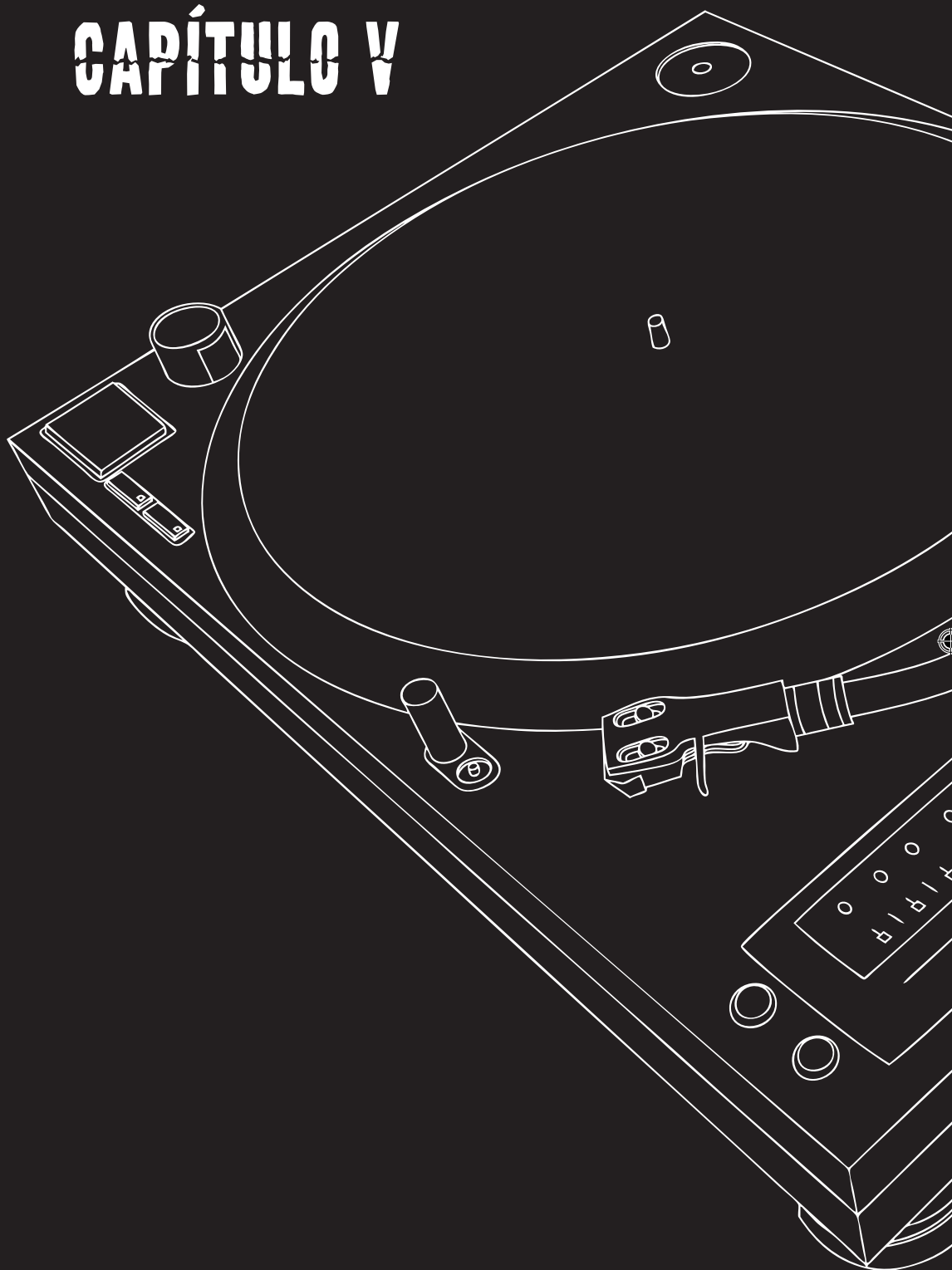


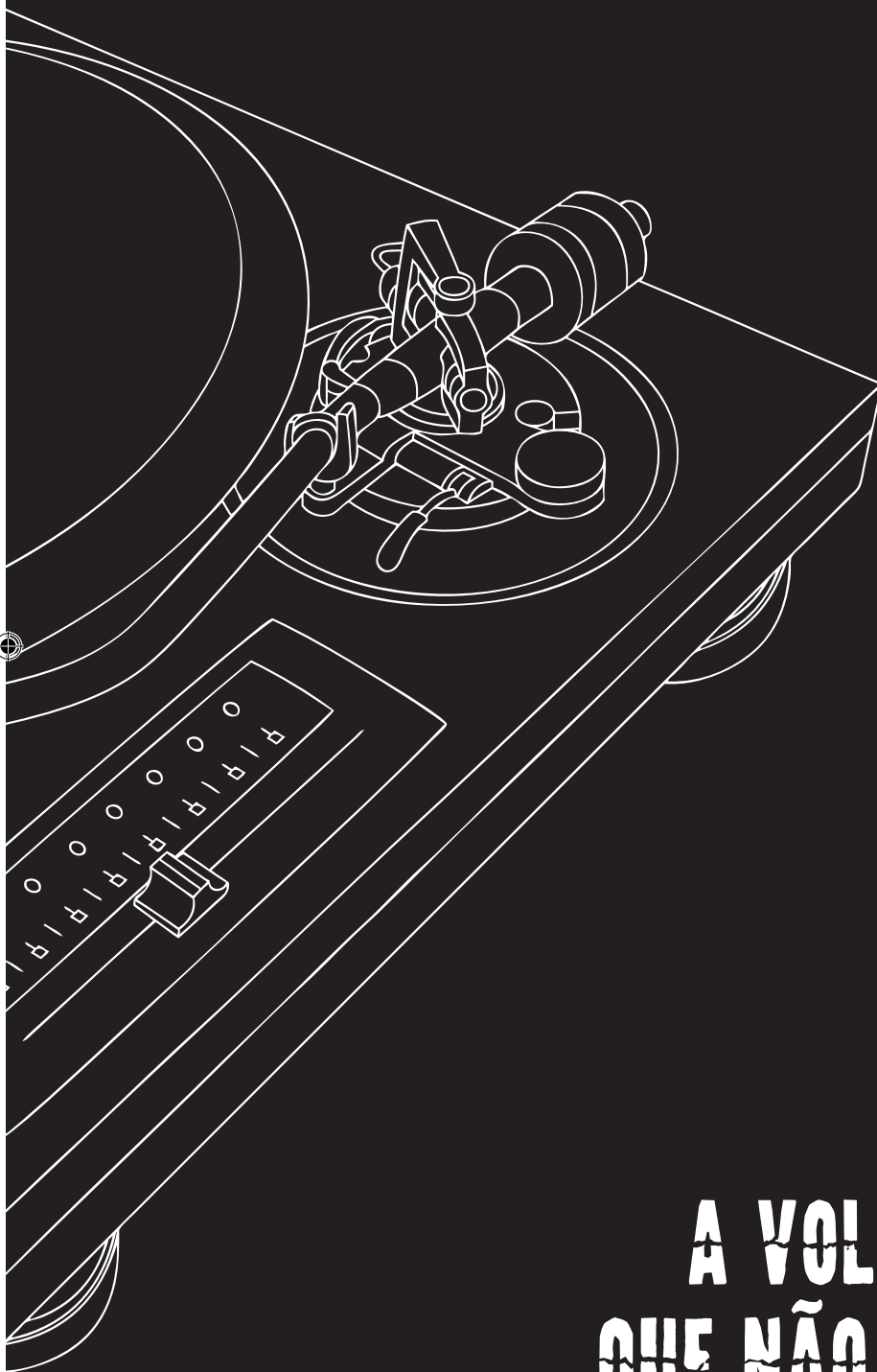
Bruno Marise





CAPÍTULO V





A VOLTA DOS QUE NÃO FORAM



Rua Augusta, São Paulo. Por volta de 2 horas da tarde. Em meio a inúmeros bares, lanchonetes, restaurantes e pequenas lojas de um dos mais famosos pontos da capital paulista, pessoas sobem na direção oposta, rumo à Avenida Paulista, carregando sacolas recheadas de LPs. Como um verdadeiro troféu. Um, dois, três. A contagem só aumenta. E o curioso: a maioria é jovem, na faixa dos 18 a 25 anos.

Mais algumas quadras caminhadas e uma pequena movimentação com certo burburinho. Tim Maia tocando ao fundo indica que aquele era o destino. São incontáveis caixas recheadas de vinil; aglomeração, vendedores e compradores negociando. Discos novos, usados, em bom estado, em mau estado. Cheiro de mofo, naftalina, plástico, papelão. Frequentadores examinam as fileiras de "bolachas", procurando por esse ou aquele disco para guardar em sua estante. Puxam o disco, tiram da capa, olham de encontro à luz, a procura de riscos. Tudo isso acontece em pleno 2013. Esse tipo de feira é só mais um dos indicativos de que o vinil, está vivo. Sem fazer alarde, sem se perceber direito, os LPs aos pouquinhos foram retomando seu lugar. Algumas reedições começaram a aparecer.

No exterior, principalmente, os LPs voltaram às prateleiras de grandes magazines como Walmart. Artistas passaram a lançar trabalhos em inúmeros formatos, incluindo o vinil, algo que não acontecia desde os anos 90. E os relançamentos em LP cresciam. No Brasil, livrarias voltaram a vender o velho bolachão, mesmo que timidamente, em pequena quantidade. No final de 2009, os donos da gravadora independente Deckdisc, compraram as dependências da antiga fábrica da Polysom no Rio de Janeiro, que havia fechado em 2007. O novo projeto começou com relançamentos em 180g de discos clássicos da música brasileira, mas, a partir de 2013, começou a prensar trabalhos inéditos, de nomes como Pitty, Marcelo Camelo e O Rappa.

Hoje, a Polysom é a única fábrica de discos de vinil da América Latina. "Se formos analisar a questão internacional, o vinil nunca deixou de existir. O mercado europeu sempre lançou vinis, assim como alguns países do eixo oriental (Japão principalmente). O problema é que o Brasil seguiu uma tendência americana, como tudo que envolve esses países, e nos Estados Unidos, a música é mais consumo. Apesar da grande quantidade de colecionadores nos Estados Unidos, eles são imediatistas, compram a música, carregam para cima e para baixo, e o vinil impedia isso. Assim, o MP3 substituiu o K7, pois acumula mais canções e não tem o "peso" do mesmo. E o vinil, coitado, perdeu espaço.



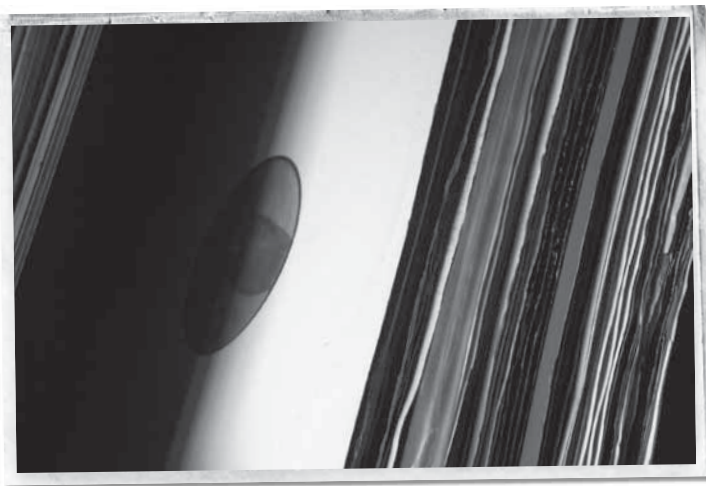
Jardim Elétrico - Uma viagem pelo mundo dos discos





Hoje, ele se recupera muito por conta da importação de outros países do que por questão de audição mesmo", completa o físico e colecionador Mairon Machado.

Em São Paulo, a volta do interesse pelos LPs ficou evidente com o crescimento da Galeria Nova Barão. Localizada no centro da cidade, entre as ruas Sete de Setembro e Barão de Itapetininga, a galeria que antes abrigava apenas lanchonetes, lojas de cosméticos e de roupas, tornou-se o ponto mais frequentado pelos fãs do bolachão. O segundo andar, abriga mais de 10 lojas especializadas apenas em vinil, para tudo que é gosto: de jazz, rock clássico, progressivo e música brasileira a punk rock, hardcore, heavy metal, ska e reggae. Tuca, a figura por trás da Tuca Discos, uma das mais procuradas lojas da galeria, trabalha com vinil há 18 anos, mas só abriu o seu estabelecimento na Nova Barão em 2006. "Tem de tudo. Colecionadores, metaleiros, punks, baileiros, pessoas da modinha, e principalmente jovens de 12 a 70 e poucos anos", ri. Desde 1996 trabalhando apenas com vinil, Tuca acredita que o formato nunca chegou a morrer. "Pra falar a verdade o vinil nunca parou. Creio que "voltou" a aparecer na mídia, só. E porque sempre foi um formato bacana, pomposo e que por si só chama muita atenção é que a galera está se interessando pelos relançamentos e indiretamente pelos originais de época também. Nada contra o CD, é um formato que, pelo menos na minha loja, não dá retorno financeiro, mas é bacana pra se ouvir no carro, lavando louça e outras coisas. O vinil é mais legal porque pra se ouvir é um ritual. Tirar o disco da capa, cheirar a capa, pegar o encarte, virar o disco depois que termina um lado e por aí vai. Por isso que na minha loja foco mais em vinil, me identifico bem mais e é mais legal, mesmo sendo mais difícil de repor, (dependendo do disco e da edição) me divirto e aprendo bastante!".



Por que um objeto que praticamente foi extinto durante os anos 90 e chegou a ser dado como obsoleto, retornou ao mercado? Os fatores parecem ser vários. Ouvir um disco tornou-se tão fácil e acessível que as pessoas aparentemente começaram a sentir falta de todo o "ritual" em torno do vinil.

Bruno Marise





Se a internet foi responsável por "acabar com a música", também tem parcela de "culpa" no revival do vinil. A facilidade do MP3 e do streaming venceram a portabilidade do CD, o que deixou o espaço vago para uma mídia "física". O vinil ocupou esse vazio. "O CD ficou como um formato intermediário. Ele não tem o charme do vinil e não tem a praticidade do MP3, ficou no meio do caminho. Aquela caixinha de plástico medonha que quebra a borda e só aceita até uma quantidade x de tempo. O CD pode ser muito legal pra fazer algumas coisas como, por exemplo, reedições de coleções inteiras em box sets. Ele era muito bom pra ouvir no carro porque era prático, mas até aí, hoje você pluga seu pen drive e já era", afirma Gaía Passareli.

Apesar de boa parte do renascimento do LP ser encabeçado por jovens, sua "volta" também é atribuída à nostalgia do público mais velho. "O vinil tem toda aquela aura de coisa antiga. A pessoa gosta dos anos 70, acha que é a melhor fase da música popular. O que representa os anos 70 é o vinil. Então, de repente ele tem na mão um pedacinho do período em que ele não viveu. O colecionador tem um pouco o fetiche de ter o disco daquela época. Por exemplo, um disco autografado pelo John Lennon vale muito. Ele morreu em 1980, então de lá pra cá nenhum disco tem a chance de ter passado pela mão dele, só até 1980. Também tem a questão da memória afetiva. Tem disco que eu ponho pra tocar, parece que eu sinto o cheiro do lugar em que eu estava. Por exemplo, eu fui muito amigo do Roger, do Ultraje a Rigor, e ele me apresentou uma série de bandas que eu gosto. Então quando eu ouço os discos dessas bandas, automaticamente eu lembro da figura dele", relata Marco Gaspari.

O "renascimento" do vinil acabou criando uma espécie de moda. Apesar de não atingir o grande público (e estar bem longe disso), ele saiu da seara exclusiva dos colecionadores e de um nicho mais específico e chegou aos consumidores casuais. Comprar vinil tornou-se cult. "Outro dia eu estava numa feirinha de discos ali na Benedito Calixto [São Paulo], e chegou um casal procurando o *Abbey Road* dos Beatles. O expositor pegou o vinil, entregou pra eles e aí o cara: 'Nossa, que legal! Mas isso aqui toca? Ainda funciona?'.



Átrio - Uma viagem pelo mundo dos discos





Ele queria o disco como objeto de decoração, não pra ouvir. E isso eu acho meio bizarro, porque o principal do disco é a música. Tem gente que tá meio nessa onda, acha legal ter, pra mostrar pros amigos, mas eu acho meio ridículo isso", conta o jornalista Bento Araújo.

As gravadoras e os comerciantes perceberam esse "oba-oba" em volta dos LPs e têm se aproveitado. A superioridade sonora, usada sempre como o principal argumento a favor do vinil, em alguns casos não se sustenta. A enxurrada de relançamentos em vinil muitas vezes tem a remasterização feita a partir do CD, e não das fitas analógicas originais, o que, na prática, faz o consumidor pagar mais caro por um disco com som de CD e o característico chiado. Para que o "verdadeiro" som encorpado do vinil seja atingido na conversão do digital para o analógico, o processo deve ser feito com muito cuidado. O produtor musical Chuck Hipolitho explica: "Se você conseguir passar do digital para o vinil, e for bem feito, você já transformou num negócio analógico. Na hora de ouvir, certamente vai ser diferente de ouvir um CD. Então, hoje é difícil você remasterizar um vinil que saia da master original passe por uma mesa antiga. talvez o Jack White¹¹ faça isso lá na gravadora dele, que deve ser animal, tudo 100% analógico. Isso tudo é muito relativo, depende muito de quem tá mexendo com o material". As reedições, em muitos casos vem com um material gráfico mais caprichado, ou, em edições especiais, em picture disc¹², ou vinil colorido, o que se torna um atrativo a mais, principalmente para os que estão começando a se aventurar pelo mundo do LP. Marco Gaspari já não é tão otimista quanto à nova moda do vinil, e protesta contra os relançamentos: "Discos feitos antes dos anos 90 eram feitos a moda antiga, de maneira totalmente analógica. As pessoas que compram disco hoje, achando que estão comprando a sonoridade do vinil, muitas delas são ignorantes nesse assunto. Então, quanto mais antiga a prensagem, melhor.

¹¹ Músico norte-americano, famoso pela banda The White Stripes. É dono da gravadora Third Man Records, que trabalha apenas com gravações analógicas.

¹² Discos cujas superfícies são ilustradas.

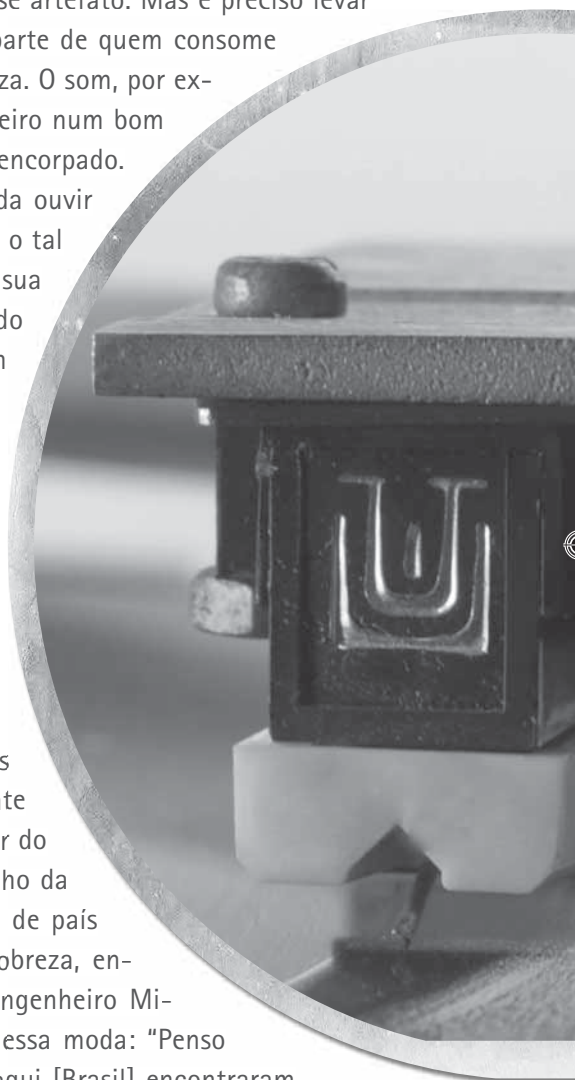
Bruno Marise





E não vou dizer que o som seja superior. Muitas vezes você pode comprar um som quadrifônico lançado em 72 cujo som é melhor que o original mono de 66. Mas comprando discos da década de 80 pra trás, acho que realmente você tá comprando uma coisa que tem as divisões de grave e agudo e aquela coisa como manda o figurino. Fala-se muito das virtudes do vinil: um som mais encorpado, a arte da capa, o próprio saudosismo que cerca esse artefato. Mas é preciso levar em conta que existe muita desinformação por parte de quem consome e muito marketing por parte de quem comercializa. O som, por exemplo: primeiro, é preciso investir um bom dinheiro num bom equipamento para poder obter o tal som mais encorpado. Hoje, por uma fração desse valor é possível ainda ouvir CDs com a mesma fidelidade de som. Até porque o tal vinil virgem 180g das reedições é prensado (em sua maioria) não a partir dos masters originais, mas do CD remasterizado. É gato por lebre. Ou seja, som melhor você consegue mesmo é reproduzindo os vinis originais. Mesmo assim as cópias importadas têm mais qualidade que as cópias nacionais ou de determinados países.

Um relançamento japonês, por outro lado, tem um som muito superior ao de muitos originais, devido à tecnologia empregada e à obsessão oriental pela qualidade. A arte da capa, por outro lado, é realmente um objeto de desejo. Houve época em que alguns pequenos selos americanos investiram em capas exatamente iguais às originais, mas oferecendo o CD no lugar do vinil. Foi um diferencial e tanto e custavam o olho da cara. Mesmo as capas do vinil sempre variaram de país para país. No Brasil dos anos 70, era aquela pobreza, enquanto os importados eram tudo de bom". O engenheiro Micael Machado também não vê com bons olhos essa moda: "Penso que esta volta é uma maneira que os lojistas daqui [Brasil] encontraram de vender suas velharias por um preço absurdo para gente que não tem noção de quanto a coisa vale. Sejam edições originais ou reedições, ou lançamentos de discos atuais, qualquer vinil hoje vale no mínimo 80 reais, um absurdo!



Jardim Elétrico – *Uma viagem pelo mundo dos discos*





É uma forma de os lojistas recuperarem um pouco a queda que tiveram com a popularização da internet, cobrando um absurdo de um público diferenciado, colecionador e devotado, que merecia um tratamento melhor".

Colecionadores ferrenhos nem consideram os relançamentos. O mercado de colecionismo de LPs só leva em conta as prensagens originais. Outros já não se importam com isso, como Gaia: "Eu gosto das reedições em vinil. Colecionadores sérios não curtem, mas eu não tenho problema. Eu tô fazendo a coleção do The Cure em LP. São todos remasterizados pelo próprio Robert Smith e tem uma qualidade absurda. Então eu não quero comprar o original".

O dia das lojas

2008 simbolizou o "retorno" do vinil. Foi o ano em que as grandes livrarias voltaram a comercializar LPs e o ano de criação do Record Store Day, evento elaborado por várias lojas de disco dos EUA para celebrar a resistência desses estabelecimentos. Mas o evento só "pegaria" a partir do ano seguinte, quando artistas passaram a lançar itens exclusivos para o dia.

Na época, o público americano foi tomado de surpresa. Editores de jornais chegaram a pedir para os repórteres pesquisarem sobre o acontecimento, pois não sabiam que ainda existiam lojas de discos. Atrações como shows e sessões de autógrafos também passaram a integrar o cronograma da Record Store Day. Na edição de 2009, a loja Other Music, em Manhattan, vendeu todo o seu estoque de itens exclusivos à 1 hora da tarde. Ao meio dia, a maioria das lojas participantes já tinham vendido mais do que na primeira edição inteira. Filas tomaram conta das lojas. A Vintage Vinyl, em New Jersey, abriu suas portas para 300 pessoas e a Bull Moose, em Portland, registrou 400 pessoas na espera. Os organizadores tomaram medidas para impedir que grandes corporações e lojas virtuais entrassem no evento, dedicado apenas às lojas independentes. Muitos músicos, que cresceram frequentando lojas de discos, abraçaram a "causa", fazendo menções de apoio, shows e participações.

Bruno Marise





Mais do que mostrar a importância das lojas de discos para a cultura de um determinado local, o Record Store Day tem servido para trazer de volta não só o hábito de comprar álbuns, mas a cultura das lojas, o de apreciação da música popular, de compartilhar experiências num ambiente que não seja virtual. "Acho que os valores se distorceram totalmente, e agora os hábitos de se consumir música tem se renovado.

Eu vejo todo tipo de gente consumindo vinil. As pessoas gostam, não é só um souvenir pra guardar. E o mais legal é o hábito de ir até o lugar pra consumir música, conversar com outras pessoas.

O Record Store Day é sobre isso. Não é o dia do vinil, é o dia da loja de disco. São os valores de você ir, conversar com o cara que tá te vendendo, conversar com as pessoas que estão comprando, ver, sentir, botar a mão, comprar, levar pra casa. Eu acho que esse hábito esteja se renovando e por isso o vinil esteja em crescimento. E a música digital se tornou algo completamente descartável. Hoje a gente baixa os discos e tem preguiça até de passar para o Ipod, ouvir no computador. O foda é que pra ouvir um disco de vinil hoje você vai ter que ter um aparelho, uma picape, amplificador. E perto da comodidade que é ouvir no computador, dá o maior trabalho. Mas vale a pena. O hábito é uma delícia".

No Brasil, o Record Store Day ainda não pegou, mas o espírito do evento está presente, com as pequenas lojas reaparecendo e as já existentes voltando a ter espaço, além das feiras de discos que têm acontecido com frequência e atraído cada vez mais pessoas. É possível ver uma cultura se formando. Muitos jovens têm adquirido o hábito de frequentar lojas.



Jardim Elétrico - *Uma viagem pelo mundo dos discos*



O governo ainda não percebeu o potencial da indústria no país, e que ela engloba muito mais do que o comércio, e seria um novo gerador de empregos, além de ser um produto inviolável de se piratear. Sem falar na quantidade de impostos em cima dos LPs que vendidos a 20, 30 dólares lá fora, chegam ao Brasil por 100, 200 reais.

Põe pra rodar?

Queira ou não, o "retorno" do vinil é sim uma moda. Em vários noticiários, jornais e revistas, a tal da "volta" do LP virou pauta. Mas será que com uma indústria diferente, a internet e os hábitos de ouvir música mudados, o bolachão se manterá em alta? Ou voltará ao limbo?

Bem, economicamente falando, o vinil ainda representa muito pouco e jamais irá igualar os números de 30 ou 40 anos atrás. Mesmo tendo uma alta, com as vendas e a produção aumentando consideravelmente a cada ano, os valores representam uma parcela muito baixa do total de discos (incluindo CDs e Itunes) vendidos. Mas, a guinada tem sido grande o suficiente para obrigar as empresas a voltarem a fabricar toca discos e vitrolas, algo que não se via há mais de 20 anos.

E a volta da cultura do vinil é uma realidade. "Eu acho que ainda é um nicho, não é uma coisa muito popular. Não é todo mundo que vai comprar. O pessoal que não tá nem comprando CD não vai comprar vinil. É um nicho específico de colecionador. Não é uma coisa que vai voltar a vender milhões, como antigamente. Não dá pra dizer que voltou em termos de grande indústria. Hoje um CD custa 30, 40 reais, mas você pode baixar na internet, e às vezes até de graça. Então, o que é legal? O legal é ter vinil. O vinil dá um status. Eu acho que isso é um dos motivos da volta, algumas pessoas acham que banalizou tanto a música digital, é de tão fácil acesso, que o vinil tem o seu charme pra mais gente. Eu acho bacana isso. Como até a indústria pra CD tá tentando pegar esse pessoal de mais idade com esses boxes, ou edição em que vem livreto, DVD, música a mais, então eles relançam um monte de coisa em CD, mas com o aspecto gráfico, encartes melhorados pra ver se pegam esse público mais antigo", afirma José Damiano.

Se a "volta" do vinil é algo efêmero, ainda é muito cedo para decretar. Mas tudo indica que ele reocupou certo espaço perdido para o CD, e deve permanecer, mesmo que em um mercado específico. "O CD, então, que era a mídia física que imperava, perdeu o sentido total. Eu vejo o CD hoje como um cartão de visita, a banda tá dando o CD de graça, pra mostrar o trabalho.

Bruno Marise





Só que o pessoal que gosta de consumir mídia física vai sentir falta da mídia física. E, pra mim, a mídia física que preencheu o seu espaço, e que vem batendo recorde de venda ano após ano, e eu acho que não vai voltar a cair, é o vinil. Por milhares de motivos. Hoje a pessoa baixa a música, se gostar, vai lá e compra um vinil que tá acessível, por 20 dólares. No Brasil, infelizmente, é outro papo, tem muito imposto, o público ainda é pequeno. Então a margem tem que ser maior. Mas eu acho que o vinil vai ficar, porque a experiência dele é única, você não tem como replicar isso de outra forma e, pra praticidade do dia a dia, tem a tecnologia de streaming e o MP3. Então ninguém mata essa praticidade da música virtual, e ninguém mata a experiência do vinil", defende Tony Aiex.

Se, antes, os três formatos eram concorrentes, hoje podem conviver pacificamente. O álbum *Blunderbuss*, de Jack White, por exemplo, foi lançado em CD e LP, e este último incluía o código para fazer o download do disco em formato virtual no site oficial do artista. E a maioria dos especialistas ainda aposta na predominância das vendas digitais. "Tanto o vinil quanto o CD eu acho que não morrem de vez, mas certamente não irão ter a mesma força de antigamente. Eu acho que quem vai continuar comprando disco são os colecionadores, e a molecada vai consumir música pela internet. Algo digital mesmo. Só precisa se encontrar uma formulação do artista lucrar com isso. Caso contrário, o cenário vai morrer. Os caras deixam de gravar porque vivem de show, mas justamente por não gravarem acabam fazendo o mesmo show por anos. Vai chegar uma hora em que a galera vai cansar e deixar de frequentar os shows. Daí, nem show, nem disco. E sem mercado, dificilmente teremos outro fenômeno como um Kiss, um Paul McCartney, um Rolling Stones, um Iron Maiden, um Ozzy Osbourne e até mesmo um Pearl Jam. Não acredito em um LP que venda 8.000.000 de cópias, que nem acontecia na década de 90 com o The Offspring. E muito menos em 80.000.000 de cópias que nem vendeu o *Thriller* do Michael Jackson. Essa época já era.", acrescenta o jornalista Davi Pascale.

É impossível prever o que vai acontecer com o vinil e a indústria fonográfica. Se há 10 anos atrás nos dissessem, que teríamos relançamentos, feiras de discos e novas lojas dedicadas exclusivamente aos LPs, poucos botariam fé. O vinil jamais voltará a ser o que foi nos anos 70, em termos de mercado. A indústria mudou, o público mudou e a



Jardim Elétrico – *Uma viagem pelo mundo dos discos*





tecnologia é diferente. Mas os velhos bolachões voltaram a despertar interesse e admiração, principalmente de uma geração que nunca teve contato com eles, conseguindo assim, renovar o público, o que é essencial para que algo ter uma vida útil e estável.

A moda que toma conta do mercado nos últimos anos provavelmente vai passar como toda moda passa. Porém, o vinil aparece como mais uma opção para os consumidores que sentem falta de ter uma mídia física após tanto tempo de banalização com a música digital. O que vale é que os hábitos de apreciar um bom disco, toda a cultura em volta dele, estão voltando, mesmo que em pequena escala. Se o vinil é superior ao CD ou o MP3, não importa. Não importa se os jovens vão criar uma coleção com mais de 10 mil discos, o que se espera de tudo isso é que o interesse pela música volte, que se converse, pesquise-se, aprenda-se sobre o assunto. Com a internet existe um universo



infinito de possibilidades e informação, tudo a um clique de distância, e mesmo assim as pessoas têm preguiça. Antigamente era uma epopeia para se conseguir uma informação mínima que fosse sobre uma banda ou disco. Hoje com YouTube, Lastfm e as inúmeras redes sociais é possível conhecer um grupo de Heavy Metal finlandês ou uma banda psicodélica japonesa dos anos 70 e em poucos minutos saber toda a sua história e ter acesso a discografia completa. A internet foi importante para trazer de volta o interesse pelo vinil, e espera-se que, conseqüentemente, isso traga um maior engajamento pela música.

Se o vinil, o CD ou o MP3 vão dominar o mercado, ou tornarem-se todos obsoletos no futuro, é o de menos. A relação das pessoas com a música continuará, independente do suporte, físico ou digital. Todo esse culto ao vinil tem muita ligação com a memória afetiva, e do mesmo modo, isso não diminui a importância dos demais formatos. Da mesma maneira que um garoto teve sua vida mudada ao ouvir um LP dos Rolling Stones nos anos 60, um garoto de uma nova geração pode passar pela mesma experiência ao baixar o mesmo disco em MP3, 50 anos depois.

No final das contas, o que é interessa é a música. Independente da qualidade, do tipo de gravação, da extensão ou do formato. O que vai ficar para sempre guardado na memória da pessoa, é a experiência de ouvir aqueles acordes, melodias e ritmos, seja em um vinil importado de 180 gramas ou num arquivo MP3 de baixa qualidade.

Bruno Marise





Nota do autor:

Este livro não seria possível sem a contribuição do orientador Prof. Marcelo Bulhões e suas correções pontuais e sugestões sempre bem colocadas, às dicas, leitura prévia e toques da Professora e amiga Mayra Fernanda Ferreira, a ilustração genial do meu camarada Freddy Leal, e toda a ajuda, atenção e projeto-gráfico brilhante idealizado e executado pelo amigo Pablo Ribeiro. Agradeço também a todas as minhas fontes, que concederam gentilmente seu tempo durante as entrevistas.

Bruno Marise



Agradecimentos:

A realização deste livro foi sem dúvida o maior desafio que tive em minha vida acadêmica e de minha ainda curta carreira como jornalista. Mas ao mesmo tempo, foi uma das melhores e mais gratificantes experiências que já passei. Pude conhecer muita gente interessante, muitas histórias, e tive a felicidade de ter contato com algumas pessoas que admiro muito. Gostaria de deixar aqui um agradecimento a todos que contribuíram de alguma forma para a realização deste projeto:

Ao meus pais, Marcos e Maria Silvia, por toda educação, confiança, investimento, incentivo e por me colocarem em contato com a música desde os primeiros anos de vida. Um presente que não tem preço.

Aos meus irmãos, Pedro e Clara, que aprenderam comigo a apreciar os bons sons, e hoje herdam um pouquinho dessa paixão.

Ao meus amigos de Bauru e Lençóis Paulista pelo tempo de convivência, companhia, risadas, cervejas e ofensas gratuitas.

À minha namorada, Ana Clara, pela cumplicidade, leitura, sugestões e por toda a força que me deu no período de elaboração do livro, além de compartilhar comigo a mesma loucura e vício pela música.

Ao meus primos Vitor e Fão, que durante a infância me influenciaram e deram um pequeno empurrão para o infinito e apaixonante mundo da música.

E finalmente, em um livro dedicado aos discos, eu não poderia deixar de agradecer os próprios: meus companheiros, que fizeram a trilha sonora de grande parte da minha vida, e me acompanham sempre, independente do meu humor ou do meu estado de espírito. Agradeço a todos os meus discos e a meus ídolos na música por tornarem os meus dias melhores, sempre.

A todos que fizeram parte desse livro, de uma maneira ou de outra, muito obrigado!



Bibliografia

- Albuquerque, Sergio da Motta e. Observatório da Imprensa. 27 de Novembro de 2012. http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/_ed722_o_retorno_do_vinil_em_plena_era_digital (acesso em 21 de Janeiro de 2014).
- Alexandre, Ricardo. Cheguei Bem A Tempo de Ver O Palco Desabar – 50 Causos e Memórias do Rock Brasileiro (1993–2008). Porto Alegre: Arquipélago Editorial, 2013.
- Durval Discos. Direção: Anna Muylaert. Elenco: Marisa Orth, André Abujamra, Rita Lee Ary França. 2002.
- Assef, Claudia. Folha de S. Paulo. 15 de Dezembro de 2013. <http://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2013/12/1385129-mercado-de-vinil-tem-o-seu-melhor-ano-setor-e-minusculo-no-pais.shtml> (acesso em 26 de Janeiro de 2014).
- Calamar, Gary e Gallo, Phill. Record Store Days. Nova York: Sterling, 2009.
- Capote, Truman. A Sangue Frio. São Paulo: Companhia das Letras, 2003.
- Alta Fidelidade. Direção: Stephen Frears. Elenco: John Cusack. 2000.
- Dantas, Audálio. Tempo de Reportagem. São Paulo: Leya, 2012.
- Elborough, Travis. The Vinyl Countdown – The Album From LP to Ipod and Back Again. California: Soft Skull Press, 2008.
- Essinger, Silvio. O Globo. 4 de Agosto de 2013. <http://oglobo.globo.com/cultura/seguindo-tendencia-mundial-venda-de-discos-de-vinil-cresce-no-brasil-9344115> (acesso em 22 de Janeiro de 2014).
- Fitzgerald, Jay. Whiplash. 26 de Novembro de 2013. http://whiplash.net/materias/news_821/192966-industriamusical.html#.Ut7cZxBTvlU (acesso em 22 de Janeiro de 2014).
- Hornby, Nick. Alta Fidelidade. São Paulo: Companhia das Letras, 2013.
- Milano, Brett. Vinyl Junkies – Adventures in Record Collecting. Nova York: St. Martin's Griffin, 2003.







JARDIM ELÉTRICO

