

O disco na era do *streaming*

The record on the streaming era

ORTMAN, Rafael; Mestre em Design. PUC-Rio.
rafaortman@gmail.com

PEREIRA, Ricardo Artur; Doutor em Design. Esdi/Uerj.
rartur@esdi.uerj.br

PORTAS, Roberta; PUC-Rio; Doutora em Design.
robertaportas@puc-rio.br

QUARESMA, Manuela; PUC-Rio; Doutora em Design
mquaresma@puc-rio.br

O presente artigo se propõe a discutir as razões pelas quais o consumo de disco de vinil aumenta ano após ano, enquanto, paradoxalmente, o álbum vem se tornando um formato obsoleto. O valor cultural do disco alça o artefato a uma forma de arte no decorrer do século passado, um objeto cuja posse promove distinção social àqueles que o colecionam. Esperamos explorar neste texto as diferenças na experiência fonográfica proporcionadas pelo *streaming* e pelo disco, com o intuito de investigar a prevalência do suporte analógico na atualidade.

Palavras-chave: Disco, Álbum, Vinil, Música, Fonografia, *Streaming*, Spotify.

This article aims to discuss the reasons why vinyl record consumption increases year after year, while, paradoxically, the album is becoming an obsolete format. The cultural value of the album elevates the artifact to an art form over the past century, whose ownership promotes social distinction to those who collect it. We hope to explore in this text the differences in the phonographic experience provided by streaming and on the disc, to investigate the prevalence of analog medium today.

Keywords: Record, Album, Vinyl, Music, Phonography, *Streaming*, Spotify.

1 Introdução

No decorrer do par de décadas que se seguiu à sua invenção no final dos anos 1940, o *long play* tornou-se mais que um punhado de fonogramas. A ambição dos artistas em produzir uma experiência integrada, se apropriando de técnicas exclusivas do ambiente estúdio, associadas à expressão gráfica de seu invólucro contribuíram para que o disco alcançasse um *status* diferenciado.

Por seu lado, as gravadoras se apropriam do conceito de álbum para promover uma estratégia comercial com o intuito de se resguardar da volatilidade das canções de sucesso instantâneo. A audição do disco se converte em uma experiência para a qual confluem um conjunto de referências identitárias e culturais que se corporificam em um suporte físico, manipulável, com uma visualidade específica e unívoca.

A crise da indústria fonográfica gerada pela desmaterialização do fonograma e sua distribuição descontrolada pela internet só pôde ser superada através do novo modelo de negócio oferecido pelos aplicativos de *streaming*. Na transição, o álbum, que reinara como paradigma central por mais de meio século, perde a primazia. Em paralelo ao processo de digitalização, as vendas de disco de vinil se superam ano após ano.

É da aparente contradição entre os dois fenômenos que se encontra a inspiração deste artigo. Vamos apresentar as razões pelas quais o álbum se torna “uma forma de arte”, discutindo o “retorno do vinil” sob a ótica da experiência do ouvinte.

Importante acrescentar que não vamos nos estender com profundidade neste artigo às questões mais íntimas do design gráfico, seja em seus aspectos estéticos, ou tampouco no que concerne aos métodos e técnicas industriais empregados nesta ou naquela capa. Antes, nos interessa o papel que a visualidade e a materialidade tem para o forjamento de artefatos culturais de alto valor simbólico, como o disco. O design é atividade através da qual esses artefatos se configuram. Ademais, nosso ocupa posição cada vez mais central nas estratégias dos modelos de negócio. No caso da fonografia, a experiência de audição é um desdobramento direto dessa estratégia.

2 O efeito fonográfico e o disco como uma forma de arte

O surgimento do fonógrafo na virada do século XIX promove uma ruptura na relação do ouvinte com a audição musical. Antes um evento social no qual o espectador era exposto a uma experiência intangível e fugidia, agora ele podia comprar sua canção favorita e levar para casa. A partir daí, a escuta passa a ser um processo mediado por aparelhos tecnológicos e a fruição pode ser experimentada em isolamento, sob o domínio do ouvinte.

O musicólogo Mark Katz cunhou o termo “efeito fonográfico” para dar conta das transformações no comportamento musical (KATZ, 2010, p. 2) promovidas pelos novos recursos de registro do áudio. Tais mudanças, seja diretamente na escuta, na forma de tocar um instrumento ou na composição de uma peça musical, posto que essas esferas se interrelacionam e se retroalimentam, vão impactar a experiência do ouvinte.

Katz apresenta sete características particulares da fonografia. Depois do fonógrafo, a música, que antes era a mais imaterial das artes, pode ser tocada e colecionada (tangibilidade). Pode ser transportada de um local para outro (portabilidade), chegando a locais e pessoas que só teriam contato com a obra através da mediação dos músicos. O fonograma, portanto, prescinde da presença deles para chegar ao público (invisibilidade do músico). O ouvinte agora tem sob seu controle a reprodução da obra. Pode ouvir apenas um trecho ou repeti-la quantas vezes desejar (repetibilidade). A capacidade de armazenamento dos suportes,

especialmente nos primeiros anos, condicionaram os estilos musicais que podiam ser contemplados pela fonografia (temporalidade). O músico também precisou se adaptar e aprender a tocar para que sua performance pudesse ser adequadamente gravada (receptividade). Além disso, eventuais deslizes, que em apresentações ao vivo passariam praticamente despercebidos, agora ficam registrados para a posteridade, razão pela qual o instrumentista precisa ser muito mais preciso. Evoluções tecnológicas graduais nos meios de gravação também passaram a permitir a manipulação direta do trabalho do músico sem sua interferência (manipulabilidade).

O efeito fonográfico com suas “sete características interdependentes” transformaram profundamente o campo da música (KATZ, 2010, p. 54). Mas ainda que possamos registrar alguns experimentos que ampliavam a minutagem do disco (com aumento da superfície do suporte), a fonografia por mais de 70 anos se organizou em torno do formato que hoje conhecemos como *single*. Isso começa a mudar com o surgimento do *long play* de vinil em 1948.

Para Lorenzo Mammì, filósofo italiano radicado no Brasil, é a partir do LP que se pode alçar a fonografia a uma forma de arte. Sua argumentação pode ser centrada em três aspectos essenciais: (1) a apropriação do artista das possibilidades criativas fornecidas pela extensão da capacidade de armazenamento do disco; (2) o desenvolvimento de uma linguagem fonográfica própria, dissociada da performance ao vivo; e (3) a capa de disco, que encarna uma visualidade específica para o álbum. A esses aspectos, cuja associação alça o *long play* à categoria de objeto artístico, Mammì identifica uma questão geracional identitária como ingrediente adicional. A seguir, vamos nos deter a cada um dos quatro aspectos elencados pelo autor.

3 Compilações orgânicas

Se fôssemos propor uma divisão da fonografia em fases, poderíamos estabelecer cinco eras: (1) a era do *single*; (2) a era do *long play* de vinil; (3) a era do CD, (4) a era do mp3; e (5) a era do *streaming*. Tal classificação tem como eixo questões relacionadas ao binômio suporte/formato¹ e o respectivo sistema de reprodução, estabelecendo em larga medida os modelos de negócio da indústria.

Até a desmaterialização do fonograma, a capacidade de armazenamento do suporte determinava o formato. Na primeira fase da fonografia, aquela que qualificamos como a era do *single*, justifica tal classificação em virtude da exígua minutagem dos suportes disponíveis à época. Tal restrição, como comentamos, fez com que as gravadoras privilegiassem gêneros que pudessem dar seu recado de forma mais ligeira.

O lançamento do *long play* de vinil não representou uma mudança de paradigma imediata na indústria fonográfica. De fato, o formato *single* nunca deixou de ser utilizado pelas gravadoras. No decorrer da década seguinte, contudo, pode-se elencar discos em que se testemunha o esforço dos artistas em propor uma experiência integral para o ouvinte. “Alguns LPs lançados na década de 1950 são verdadeiras declarações de poética, como as *Canções Praieiras*, de Dorival Caymmi, já em 1954”, afirma Mammì. Mas as grandes referências citadas pelo autor são os discos *A Kind of Blue* e *Sketches of Spain*, ambos de Miles Davis.

Davis era um “mestre em pensar o LP como uma obra unitária” e a tentação de “montar as faixas numa sequência preestabelecida, segundo escolhas refletidas” (MAMMÌ, 2014) seria

¹ Suporte diz respeito ao recurso de armazenamento do fonograma, enquanto formato é o conceito sobre o qual se assenta a obra musical.

tendência para os músicos mais ambiciosos. É a emergência do conceito de álbum como uma compilação orgânica, uma proposta de experiência do artista para seu público.

Tais experiências contribuíram para o amadurecimento do álbum como um produto de alto valor cultural e simbólico. As gravadoras encamparam o conceito desenvolvido pelos músicos e os resultados comerciais foram significativos nos anos vindouros. Se no início da década de 1950 o LP representava menos de 20% do faturamento mercado fonográfico, na seguinte as vendas mais que quadruplicaram. Em meados de 1970, o consumo de *singles* tinha declinado a 8% do mercado (KEIGHTLEY, 2004, 379).

A indústria percebera o potencial do *long play* como um antídoto para a volatilidade do *hit*. Álbuns consagrados culturalmente rendiam bem a longo prazo, fazendo com que o mercado de *singles* fosse relegado às gravadoras independentes (idem, 379). O discurso das gravadoras opunha o LP, peça de alto valor cultural para o público ilustrado adulto, ao *hit*, associado à juventude e ao consumismo descerebrado:

Assim, o mercado de álbuns representou ao mesmo tempo uma base econômica para a indústria fonográfica e um local para a valorização das tradições “ortodoxas” que resistem à novidade e ao consumo “irracional”. Esse entrelaçamento e interdependência da valorização industrial e cultural são fundamentais para as maneiras pelas quais a instituição do álbum contribuiu para a legitimização da música popular nos anos 1950 e além (KEIGHTLEY, 2004, 382, tradução nossa²).

A estratégia das gravadoras contribuiu para minimizar os riscos da indústria enquanto elevava o valor simbólico dos LPs. Os artistas que se dedicavam a exercitar esse conceito tinham seus álbuns celebrados pela crítica e pelo fã de música, contribuindo, em círculo virtuoso, para a consagração cultural do álbum.

4 Complementaridade expressiva

Até a virada da década de 1930 para 1940, as embalagens dos suportes não continham qualquer motivo que remetesse ao seu conteúdo musical. O rótulo do cilindro e a superfície dos envelopes aludiam à própria gravadora ou eram aproveitados para fazer propaganda do seu repertório (figura 1), sem relação direta com a música que continha.

A capa conceitual projetada considerando a obra musical do disco é uma inovação introduzida pelo artista gráfico Alex Steinweiss. À época diretor de arte da Columbia Records, Steinweiss propõe uma interpretação gráfica para o fonograma, conferindo-lhe uma dimensão visual, plástica, como ressalta o professor André Novaes de Rezende:

A partir do momento em que Steinweiss desenvolve trabalhos gráficos originais para os álbuns de discos, o usuário passa a ser visualmente guiado a estabelecer relações mais diretas entre o som e a imagem que o acompanha. Assim, as formas de relação do usuário com o disco intensificam-se de maneira complementar e se manifestam igualmente através dos sentidos do tato, da audição e da visão. Desta forma, o disco torna-se um suporte de códigos que se relacionam intersetorialmente com o usuário (REZENDE, 2012, p. 87).

² Thus the album market represented at once an economic foundation for the record industry and a site for the valuing of ‘orthodox’ traditions that resist novelty and ‘mindless’ consumption. This intertwining and interdependence of industrial and cultural valorization are key to the ways in which the institution of the album contributed to the legitimization of popular music in the 1950s and beyond.

As primeiras capas que Steinweiss desenvolveu foram criadas para sinfonias de música clássica. À época para que se pudesse armazenar uma obra inteira de música erudita, eram necessários diversos discos de goma-laca³. Essas séries de discos eram encartados no que se chamavam “álbuns”, pela sua semelhança com os de fotografia. Anos depois, o *long play* de



vinil se apropriou da alcunha.

Figura 1: Envelope de acondicionamento do disco, embalagem anterior à capa

³ Suporte anterior ao vinil

A capa de disco provou-se de fato um sucesso comercial de impacto. A versão com a arte gráfica de Alex Steinweiss (figura 2) para o álbum “Eroica” (sinfonia n.º3 de Beethoven), executada pela Orquestra Filarmônica de Nova Iorque sob a regência de Bruno Walter, vendeu



quase 900% a mais comparada à sua versão não ilustrada (REZENDE, 2012, p. 2).

Figura 2: Capa do álbum “Eroica” (sinfonia n.º3), Bruno Walter e Orquestra Filarmônica de Nova Iorque, da autoria de Alex Steinweiss

A visualidade da capa foi um fator muito importante para que se alçasse o LP a uma forma de arte. A música, como o teatro ou a dança, é arte cênica, para a qual a atuação do artista é parte integrante da peça. O compositor Igor Stravinski defendia que “a visão dos gestos e movimentos das várias partes do corpo produzindo música é fundamentalmente necessária para ela seja apreendida na sua completude” (STRAVINSKI apud KATZ, 2010, p. 20, tradução nossa⁴). Ou, como lembra o musicólogo Richard Leppert, “precisamente porque o som musical é abstrato, intangível e etéreo — perdido assim que é adquirido — a experiência visual de sua produção é crucial” (LEPPERT apud KATZ, 2010, p. 19, tradução nossa⁵).

Privada inexoravelmente da performance pela extração do som de seu contexto espaço-temporal a capa de disco serviu como um complemento ao conteúdo musical do álbum. Ou, para aplicar o termo que utilizei na minha dissertação de mestrado, sua visualidade funcionava como uma “complementaridade expressiva” ao som do disco (ORTMAN, 2019, p. 29). “O disco já não era mais um som: era um mundo para o qual concorriam diferentes linguagens, um sistema de códigos, um modelo de vida” (MAMMÌ, 2014, não paginado).

5 Uma linguagem fonográfica

⁴ The sight of the gestures and movements of the various parts of the body producing the music is fundamentally necessary if it is to be grasped in all its fullness.

⁵ Precisely because musical sound is abstract, intangible, and ethereal—lost as soon as it is gained—the visual experience of its production is crucial

Um dos aspectos fundamentais do efeito fonográfico relacionado por Katz é manipulabilidade do fonograma. A evolução tecnológica no decorrer da primeira metade do século XX, sofisticou substancialmente a produção musical. Práticas como a mixagem⁶ e o *overdubbing*⁷ tornam-se corriqueiras no estúdio. De fato, torna-se possível até mesmo interferir diretamente no suporte, cortando e colando trechos de fita. De fato, torna-se possível até mesmo interferir diretamente no suporte, cortando e colando trechos de fita.

Tais ferramentas propiciaram abordagens experimentais na criação de obras que seriam inviáveis de se reproduzir ao vivo. Um marco importante nesse processo foi realizado pelos Beatles. Diversos fatores contribuíram para a banda abandonar as apresentações ao vivo, dentre eles, o cansaço com as turnês e os incipientes recursos de amplificação de shows para grandes plateias da época. A partir daquele momento os Beatles tornam-se uma banda exclusivamente de estúdio visando explorar os recursos daquele ambiente.

Já no álbum *Revolver*, lançado em 1966, surgem experimentações ousadas, como na faixa *Tomorrow Never Knows*, em que trechos da base foram tocados de trás para frente. Contudo, esta estratégia criativa ficaria ainda mais importante no que viria seguir. *Sgt. Pepper's Lonely Hearts Club Band* (figura 3) é um ótimo exemplo não somente de uma nova linguagem fonográfica, como também dos demais critérios sobre os quais viemos discorrendo. As músicas se sucedem sem que fique perfeitamente claro quando uma acaba e a outra inicia, uma compilação orgânica por excelência. Sua capa exibe os Beatles retratados como se fossem uma banda militar da era eduardiana rodeados de referências de seu mundo contemporâneo.

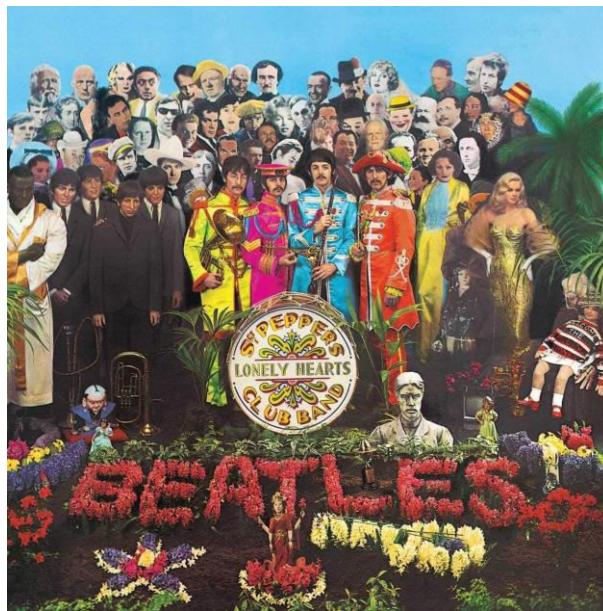
(...) a *Lonely Hearts Club Band* é a personificação perfeita do que o meio significou, no auge de sua potência. A banda não existe fora do disco, ela é o disco. (...) Extremamente elaborado, exuberante, feito de inúmeras superposições e distorções, ele também seria impossível ao vivo: não existe senão no disco (MAMMI, 2014, não paginado).

Sucesso de público e crítica, esse disco ditaria tendências para além da década de 1960, dentro e fora da Inglaterra. Em seu jubileu, em 2017, foi o disco mais vendido daquele ano nos EUA (BILLBOARD, 2017), no mesmo suporte — o vinil — em que foi lançado originalmente .

⁶ Seleção e combinação de trilhas gravadas em pistas separadas de áudio.

⁷ Utilização e superposição de passagens musicais gravadas isoladamente.

Há diversas oportunidades na história da fonografia em que o discurso imagético da capa dialoga, pontua, complementa ou potencializa o discurso estético da música. Em algumas situações, a capa é uma extensão do conceito da obra, como no exemplo citado. Em outras, como na capa britânica de *Electric Ladyland*, de Jimi Hendrix, disco lançado no ano seguinte ao *Sgt. Pepper's*, a arte é uma paráfrase subversiva e selvagem à expressão musical do álbum. No entanto, como adiantamos na introdução deste artigo, foge ao escopo deste texto discutir os



exemplos concretos em que a simbiose entre música e artes gráficas se expressa.

Figura 3: Capa de *Sgt. Pepper's Lonely Hearts Club Band*, da autoria de Peter Blake

6 Disco, objeto identitário

O disco se constituía, portanto, em uma “forma de arte”, como fala Mammì, pela conjunção desses três fatores: uma proposta de experiência baseada em uma seleção de fonogramas que formassem uma compilação orgânica; um objeto que possuía uma visualidade específica; e o desenvolvimento de uma linguagem fonográfica própria. Mas há um componente adicional que não se pode descartar.

É através da aquisição de álbuns que a relação do ouvinte com a música se estabelece. O disco é o artefato através do qual se organiza o campo da fonografia, nas esferas da crítica, da indústria, do comércio, da música e da experiência de audição do ouvinte.

Em primeira instância, a formação de uma coleção de discos está limitada às possibilidades financeiras do consumidor; em segunda instância, aos afetos que governam sua relação com a música. É a ligação da música com a subjetividade do ouvinte que vai impelir o dispêndio do excedente de seu orçamento pessoal com a aquisição de obras fonográficas⁸. Mammì percebe o LP como agente de mudanças revolucionárias pela sua associação com a nascente sociedade de consumo:

⁸ A lógica que estamos descrevendo é subjacente àquela descrita por Pierre Bourdieu a respeito das relações simbólicas que “impõem-se ao sujeito como um sistema de regras absolutamente necessárias em sua ordem, irredutíveis tanto às regras do jogo propriamente econômico quanto às intenções particulares dos sujeitos” (BOURDIEU, 2011. p. 25).

A posição de cada indivíduo num contexto social passa a ser determinada pela posse de certos objetos. Nenhum deles era tão poderoso quanto o disco para encarnar formas específicas de sociabilidade. (...) As gerações que cresceram nas décadas de 1950, 1960 e 1970 (a época de ouro dos LPs) basearam suas escolhas existenciais nos discos. (MAMMÌ, 2014, não paginado).

Assim, o disco torna-se o repositório de um conjunto de afetos que definem o caráter do indivíduo, convertendo-se um manifesto de sua identidade.

A junção desses quatro aspectos elencados por Lorenzo Mammì dão dimensão à estatura do disco para quem, como o autor se refere, viveu a “Era do Disco”. Daquele suporte emanava uma aura, um halo de devoção de público e crítica, motivando a criação de inúmeros projetos editoriais, pesquisas acadêmicas, documentários e, mais recentemente uma profusão de canais do YouTube e podcasts dedicados ao tema.

A referência à aura no parágrafo anterior não é aleatória. É claro, Walter Benjamin, autor que trata do conceito ao longo de sua trajetória, está se referindo ao processo de sua aniquilação graças à reproduzibilidade técnica da era industrial — da qual o disco é um exemplar inequívoco da lógica que Benjamin explora. O álbum, porém, converte-se em uma forma de arte intrinsecamente industrial e pós-moderna. O disco passa a “ser” — no sentido ontológico do termo — a partir do momento em que é posto à venda, envergando também uma dimensão visual e tátil. É na sua condição múltipla de artefato cultural, artístico e mercadológico que reluz sua “aura”, constituindo-se em uma obra de arte musical reificada. Exploraremos essa abordagem de forma mais generosa em um futuro artigo.

7 Se o disco resiste, o álbum fraqueja

O conceito de álbum, como se sabe, não é descartado com o surgimento do CD, na década de 1980. O formato se manteve como pedra de toque das gravadoras mesmo depois da desmaterialização do fonograma, com a popularização do mp3 na década seguinte. É na era do streaming que o álbum perde a primazia.

Na substituição do modelo de negócio baseado na aquisição de fonogramas — físicos ou digitais — pela assinatura dos serviços de streaming, a *playlist* passa a tomar o espaço do álbum enquanto formato. A transição é evidenciada em matéria publicada no jornal O Globo em 14 de outubro de 2018:

A arrancada popular dos serviços de streaming — que desde 2017 passaram a faturar mais do que a venda de mídias tradicionais — alterou também a forma como consumimos música e, por consequência, vem impactando a produção de artistas e gravadoras. O principal elemento de disruptão nesse processo é a popularidade das *playlists*. (...) Estar em uma (ou mais) *playlist* popular é a saída para se destacar em meio ao volume colossal de faixas incluídas semanalmente (O GLOBO, 2018, não paginado).

Se não desaparece, o álbum deixa de ser um imperativo para o artista. Já não faz tanto sentido propor uma compilação orgânica visando uma audição integrada se a organização da experiência nos principais meios de escuta irá filtrar os fonogramas de forma isolada e reclassificá-los de acordo com sua própria lógica de distribuição. Em um processo que se retroalimenta, a relevância cultural do álbum evanesce. A fragmentação e a segmentação do mercado musical para a qual contribuem a diminuição das barreiras de entrada no mercado fonográfico também colaboram para sua depreciação.

Na contramão do esvaziamento do álbum enquanto formato, observa-se a valorização do disco de vinil como suporte. O fenômeno se repete há mais de uma década: todo ano as vendas do LP superam a do ano anterior. No relatório global da IFPI de 2021 seu desempenho comercial é destacado:

As receitas físicas caíram 4,7% em 2020 para um total de US\$ 4,2 bilhões. (...) Em paralelo à redução das receitas de CDs (-11,9%), o vinil teve um ano muito forte e as receitas cresceram 23,5% face a 6,1% em 2019 (GLOBAL MUSIC REPORT, 2021, não paginado, tradução nossa⁹).

Nos EUA, onde as vendas de disco de vinil aumentaram pelo 15º ano consecutivo, a taxa de crescimento foi ainda mais agressiva. Foram 27,5 milhões de discos, o que representa um aumento de 46% em relação a 2019.

8 O vinil, sucesso analógico da era digital

Há quem apresente como justificativa para o aumento no consumo do vinil uma suposta superioridade do som analógico. O cantor e guitarrista Jack White explica: “quando você está gravando e produzindo, você está focando em algo, e se você quer vibração, calor, alma, coisas assim, você sempre será atraído de volta para o som analógico” (SOUND ON SOUND, 2014, tradução nossa¹⁰).

Os argumentos elencados por White — vibração, calor, alma — se encontram todos no terreno de uma percepção subjetiva da audição. O músico e semiólogo Fernando Iazzetta refuta tal diagnóstico sugerindo que a diferença entre o som analógico e o digital se dá na “qualidade das distorções que cada sistema gera” (IAZZETTA 2009, p. 102). Para ele, não se trata absolutamente de uma disputa pela superioridade no em termos de fidelidade de áudio, mas sim daquela “distorção” que agrada mais aos seus ouvidos.

O crítico musical Bob Lefsetz tampouco atribui as crescentes vendas do vinil nos últimos anos a uma suposta superioridade do áudio analógico:

O [retorno do] vinil é uma reação à sociedade contemporânea na qual não temos como mostrar nossa identidade. Se fosse realmente a respeito do som, as pessoas estariam gravitando para Deezer Elite e Tidal-9¹¹. Mas elas não estão, porque não querem ouvir um som melhor, eles querem possuir algo (QUARTZ, 2015, não paginado, tradução nossa¹²).

Na ótica apresentada por Lefsetz, os consumidores de vinil estão à busca de diferenciação através da posse de objetos culturais, da distinção social pela propriedade de bens que lhe confiram capital simbólico (BOURDIEU, 2011, p. 16). Mais especificamente, ao adquirir um disco, ele está comunicando um vínculo especial com música.

⁹ Physical revenues fell by 4.7% in 2020 to a total of US\$4.2 bn. (...) Alongside a reduction in revenues from CDs (down by 11.9%), vinyl had a very strong year and revenues grew 23.5% compared with 6.1% in 2019.

¹⁰ When you are recording and producing, you are aiming for something and if you want vibe, warmth, soulfulness, things like that, you will always be drawn back to analogue.

¹¹ Deezer Elite e Tidal-9 são serviços de *streaming lossless* (áudio sem perdas).

¹² Vinyl is agitation against a disconnected society where we have no way to display our identity. If it were really about sound, people would be gravitating to Deezer Elite and Tidal. But they're not, because they don't want to hear better sound, they want to own something.

Para este segmento de usuários, escutar a música que o disco contém pelo *streaming* é insuficiente. Ele precisa possuir aquele objeto. Ao fazê-lo, ele manifesta seu vínculo identitário com a fonografia e, como observa Mammì, com o discurso político e estético manifesto no álbum. Uma pesquisa publicada pela BBC em 2016 mostra efetivamente que quase metade dos compradores de vinil nem sequer tocam seus discos (Figura 4), corroborando o discurso de Lefsetz.

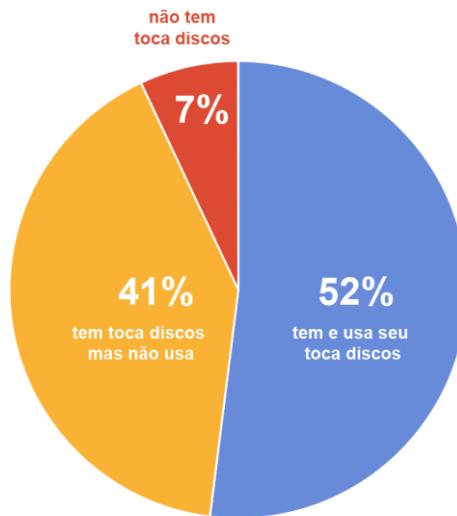


Figura 4: Compradores de vinil (gráfico elaborado pelo autor)

Fonte: ICM Unlimited (BBC)

9 A marcha da miniaturização da visualidade do fonograma

O desejo de distinção social se insurge como um dos aspectos essenciais da valorização do vinil. A diferenciação almejada por este nicho do público advém do culto ao *long play*, da celebração da “grande obra fonográfica”, que tem no disco como suporte e no álbum como formato o binômio que a define. Do relacionamento íntimo entre o ouvinte e o artefato se observa a percepção de que a escuta analógica oferece recompensas que o meio digital não pode entregar:

O ato de colocar um disco pra tocar parecia mais envolvente, e, em última análise, mais gratificante que ouvir a mesma música vindo de um disco rígido: a manipulação das lombadas dos álbuns, o exame cuidadoso da arte da capa, o diligente processo de pousar a agulha no disco, e aquele segundo de pausa entre o atrito com a superfície do vinil e as primeiras ondas sonoras vindo dos falantes. Tudo isso envolvia mais de nossos sentidos, solicitando o uso de nossas mãos, pés, olhos, ouvidos, e até mesmo nossa boca no momento de soprar a poeira do disco. Havia uma riqueza na experiência do disco de vinil que transcendia qualquer medida quantificável. Era mais gratificante precisamente por ser menos eficiente (SAX, 2016, tradução nossa¹³).

¹³ But the act of playing a record seemed more involved, and ultimately more rewarding, than listening to the same music off a hard drive: the physical browsing of album spines on the shelf, the careful examination of the art on the sleeve, the diligent needle drop, and that one-second pause between its contact with the record's vinyl surface and the first scratchy waves of sound emerging from the

Interessante observar que o usuário¹⁴ em nenhum momento comenta a respeito de fidelidade de áudio. A catarse que experimenta tem outras origens, que remontam ao seu maior envolvimento com a fonografia. O meio analógico precisamente pelas suas limitações quanto à mobilidade, acervo e baixa autonomia exigem do ouvinte uma dedicação e envolvimento que não tem paralelo no digital.

Um comentário importante que se extrai do relato diz respeito à capa, responsável pela função de complementaridade expressiva do fonograma. Todos os suportes que surgiram depois da invenção do LP apresentam uma diminuição de sua área (figura 5). No caso do *streaming*, suas dimensões acanhadas sugerem uma mudança de função da visualidade. Se a capa do disco dialogava poeticamente com a obra musical, convertendo-se em “uma introdução gráfica ao mundo mágico do artista e a porta de entrada ao seu universo” (MIDANI, 2013, não paginado), a capa do fonograma digital parece servir mais como recurso mnemônico, operando como call to action na interface dos aplicativos. Um bom exemplo dessa estratégia pode ser observado na figura 6, na qual a capa do álbum de Frejat, de 2016, toma partido desta realidade e assume a função de botão, destacando-se claramente das demais na interface do Spotify.

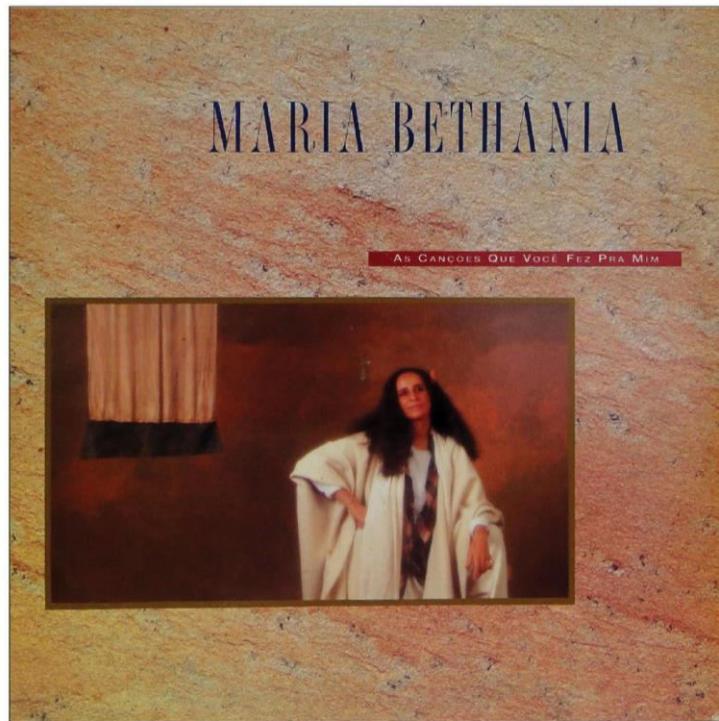
De fato, um exame atento da interface do aplicativo líder de mercado deflagra a aposta em uma experiência em que a música gravada funciona como um recurso de condução de uma outra atividade (figura 7). A posição de destaque da *playlist* de orientação temática se justifica pelo conceito de experiência proposto pelo aplicativo. Em um tempo em que a atenção do usuário é disputada por incontáveis estímulos, é estratégico conceber o uso da plataforma de maneira que possa ser conciliada facilmente com a rotina multitarefas que cumprimos diariamente.

Mobilidade e conveniência são pilares do conceito de experiência desses aplicativos. Não resta dúvida que são um esteio em total convergência com sua estratégia. De fato, seu modelo de negócio é o mediador da experiência fonográfica nos aplicativos de *streaming*. No livro *Spotify Tear Down*, seus autores, pesquisadores suecos das universidades de Umeå e Estocolmo, assinalam que o produto do Spotify não é tanto a música, mas a experiência de marca obtida através dela, de tal sorte que o aplicativo se torne uma ferramenta pessoal do ouvinte (ERIKSSON et al, 2018). Na ótica do aplicativo, a música é um meio através do qual se pode controlar as emoções, induzir climas e atmosferas e incrementar a performance individual. Exploraremos a assimilação do discurso das plataformas digitais de música pelo designer em futuro artigo.

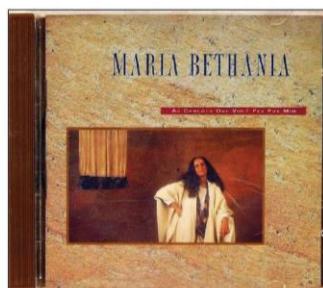
Contudo, para um determinado nicho do público, cuja identidade pessoal tem fortes laços com a música, o conceito de experiência fornecida pelos aplicativos como o Spotify é insuficiente. Este segmento parece desejar não somente expressar sua identidade através da posse de objetos culturais de consumo, como quer Lefsetz, mas também celebrar a obra de arte musical reificada — o disco. Assim, voltam-se para o consumo de suportes analógicos, como o vinil e o cassete, obsoletos do ponto de vista operacional.

speakers. It all involved more of our physical senses, requiring the use of our hands, feet, eyes, ears, and even mouth, as we blew dust from the record's surface. There was a richness to the vinyl record experience that transcended any quantifiable measurement. It was more fun precisely because it was less efficient.

¹⁴ O depoente é David Sax, autor do livro *The Revenge of The Analog Things*, lançado no Brasil com o título *A vingança dos analógicos: Por que os objetos de verdade ainda são importantes*.



LP: 31cm x 31cm (arte ocupa 100% da embalagem)



CD: 14 cm x 12,4 cm (arte ocupa aproximadamente 83% da embalagem)



K7: 10,9 cm x 7 cm
(arte ocupa quase 90% da embalagem)



iPhone 5 (suporte digital): Carcaça: 5,8 cm x 12,4 cm. Interface: 5 cm x 8,9 cm. Imagem digital da capa no Spotify: 3,6 cm x 3,6 cm (29% da interface e 18% da carcaça). Vale ressaltar que esta é a apresentação de maior destaque da imagem do disco.

Figura 5: Escala da visualidade do fonograma nos suportes (infográfico elaborado pelo autor)

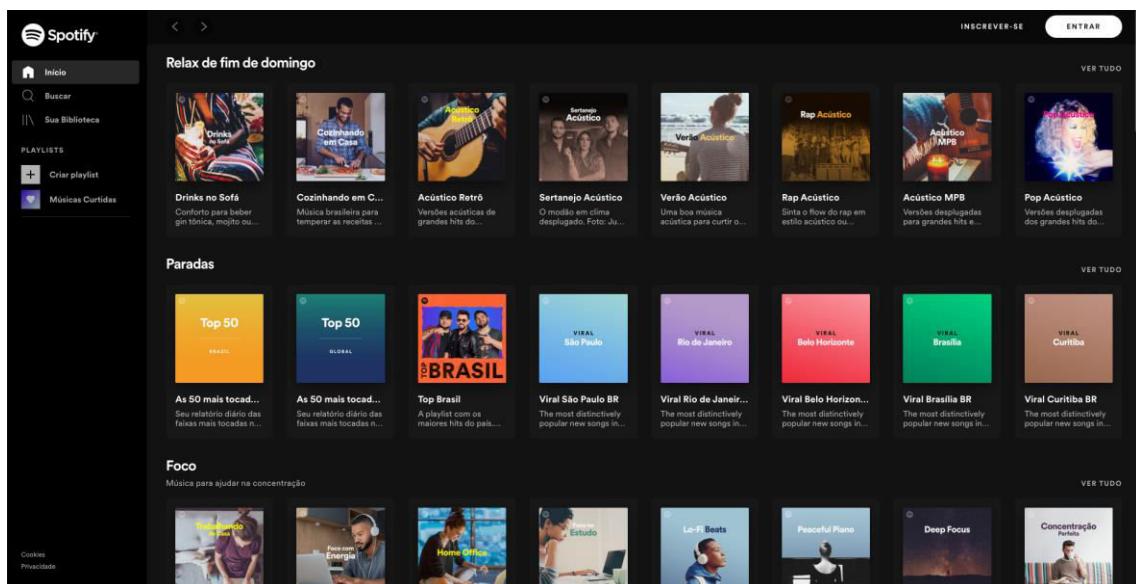
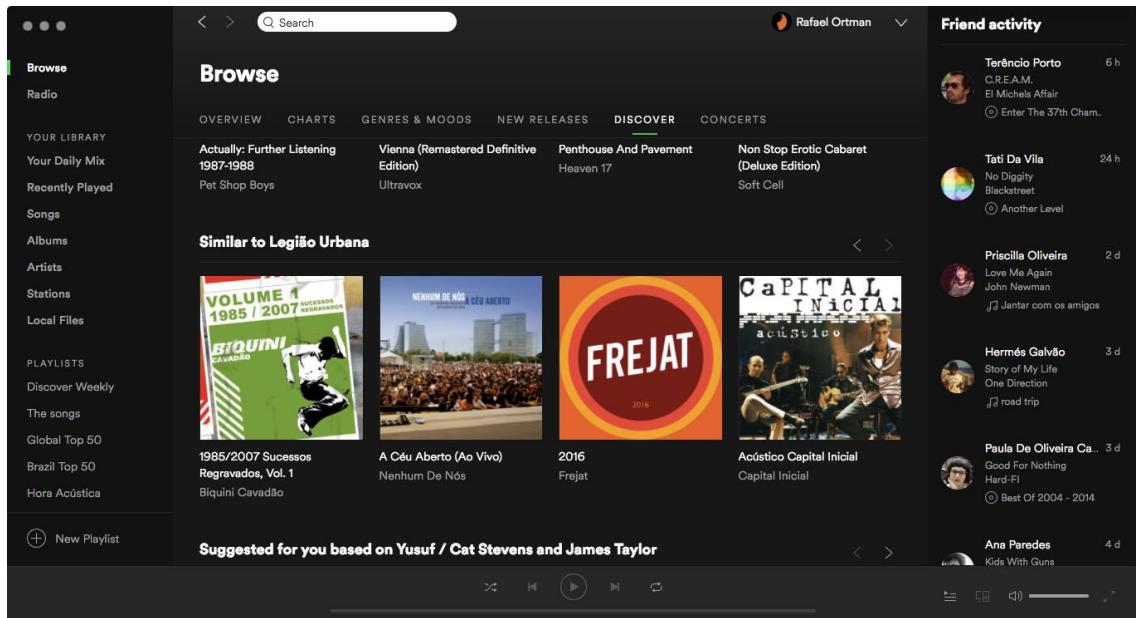


Figura 6: A capa botão no Spotify

Figura 7: Posição de destaque da playlist de orientação temática no Spotify

10 Considerações finais

Neste artigo apresentamos as especificidades do formato álbum e porque na atualidade não pode mais gozar da reverência que teve no século passado. Paradoxalmente, sua depreciação se converte na razão pela qual o disco é celebrado na atualidade por um segmento do público. Sugerimos que tal conjuntura tem duas origens: por um lado, os recursos de expressão pessoal identitária nas plataformas são insuficientes para este nicho; por outro, a desmaterialização do fonograma converteu para o esvaziamento de seu valor simbólico, uma vez que sua própria materialidade é estrutural para sua condição de artefato cultural. É no desejo de expressar a



14º Congresso Brasileiro de Design
ESDI Escola Superior de Desenho Industrial
ESPM Escola Superior de Propaganda e Marketing

identidade e na celebração da aura da obra fonográfica que nos parecem irradiar as causas do fenômeno do renascimento do vinil.

11 Referências Bibliográficas

- BILLBOARD. **U.S. Vinyl Album Sales Hit Nielsen Music-Era Record High in 2017.** Disponível em: <<https://www.billboard.com/articles/columns/chart-beat/8085951/us-vinyl-album-sales-nielsen-music-record-high-2017>>. Acesso em: 11 abr. 2021.
- BBC News. **Music streaming boosts sales of vinyl.** Disponível em <<https://www.bbc.com/news/entertainment-arts-36027867>>. Acesso em: 11 abr. 2021.
- BENJAMIN, Walter. **A obra de arte na era da reproducibilidade técnica.** In: Obras escolhidas I. São Paulo: Brasiliense, 1987.
- BOURDIEU, Pierre. **Economia das trocas simbólicas.** São Paulo: Perspectiva. 2007.
- DE MARCHI, L. (2020). **Pós-streaming: um panorama da indústria fonográfica na Quarta Revolução Industrial.** Diálogos Interdisciplinares Sobre a Música Brasileira, 223–248.
- ERIKSSON, Maria; Fleischer, Rasmus; Johansson, Anna; Snickars, Pelle; Vonderau, Patrick. **Spotify Teardown — Inside the Black Box of Streaming Music.** London: The MIT Press. 2018.
- GLOBAL MUSIC REPORT 2021. Disponível em: <<https://www.ifpi.org/resources/>>. Acesso em: 11 abr. 2021.
- IAZZETTA, Fernando. **Música e mediação tecnológica.** São Paulo: Perspectiva. 2009.
- KATZ, Mark. **Capturing Sound — How technology changed music.** Los Angeles: University of California Press. 2010.
- KEIGHTLEY, Keir. **Long play: adult-oriented popular music and the temporal logics of the post-war sound recording industry in the USA. 2004.** In: Media, Culture & Society, Volume 26, Issue 3. 2004.
- MAMMI, Lorenzo. **A era do disco — O LP não foi apenas um suporte, mas uma forma artística.** <<https://piaui.folha.uol.com.br/materia/a-era-do-disco/>>. Acesso em: 30 abr. 2019.
- MERRIAM, Alan. **The Anthropology of Music.** Evanston: Northwestern University Press, 1964.
- MIDANI, André. **Música, ídolos e poder.** Le Livros: Rio de Janeiro: 2013.
- ORTMAN, Rafael de Oliveira Peçanha. **Experiência e visualidade do fonograma.** Da audição analógica à digital. Dissertação (Dissertação em Design) — Uerj/Esdi. Rio de Janeiro: 2019.
- QUARTZ. **The vinyl revival is not about sound. It's about identity.** Disponível em: <<https://qz.com/323345/the-vinyl-revival-is-not-about-sound-its-about-identity/>>. Acesso em: 29 jan. 2018.
- O GLOBO. **Na era do streaming, artistas variam gêneros musicais para entrar nas playlists da moda.** <<https://oglobo.globo.com/cultura/musica/na-era-do-streaming-artistas-variam-generos-musicais-para-entrar-nas-playlists-da-modas-23154562>>. Acesso em: 11 abr. 2021.
- REZENDE, André Novaes de. **No caminho das pedras brancas: Alex Steinweiss e o processo de fundamentação de um paradigma para o projeto de capas de discos.** Tese — Unicamp. Campinas: 2012.
- SAX, David. **The Revenge of the Analog — Real things and why they matter.** New York: PublicAffairs. 2016.
- SOUND ON SOUND. **Inside Track: Jack White.** Disponível em: <<https://soundonsound.com/techniques/inside-track-jack-white>>. Acesso em: 11 abr. 2021.



14º Congresso Brasileiro de Design
ESDI Escola Superior de Desenho Industrial
ESPM Escola Superior de Propaganda e Marketing

WITT, Stephen. **Como a música ficou grátis.** Intrínseca: Rio de Janeiro. 2015.