

Da musicofilia ao colecionismo. Sobre hábitos e escuta das velhas-novas tecnologias¹

*From Musicophilia to Collectionism.
About Listening Habits of the Old-New Technologies*

Heloísa de A. Duarte Valente
Universidade Paulista
São Paulo, Brasil
musimid@gmail.com

LIS. Letra. Imagen. Sonido. Ciudad mediatizada
Año XI, #20, 2019
Buenos Aires, ARG | Págs. 134 a 145
ISSN 1851-8931 / eISSN 2545-658X

Recepción: 27/08/2019 – Aceptación: 07/11/2019

Resumo:

A revolução digital implicou em mudanças nas formas de consumo, bem como de apreciação musical. Não obstante a criação de novos hábitos cotidianos, muitas das relações estéticas oriundas da tecnologia analógica permaneceriam. Poderíamos considerar essa nova prática como uma reivindicação para o retorno à materialidade física? O desejo de tocar diretamente o objeto material, palpável, colecionável - a longa peça voltou com o advento da cultura do vinil (Bartmanski). Analisamos algumas formas de interação entre a nova-velha mídia e a velha-nova mídia: a condição de recepção em uma paisagem sonora em mudança (Schafer). Para tanto, adotamos os conceitos de memória / esquecimento em seus aspectos semióticos (Lotman; Zumthor), semiosfera (Lotman), mediação (Hennion).

Palavras-chave: *Escuta, Memória midiática, disco em vinil, broadcasting*

Abstract:

The digital revolution has transformed the practice of consumption as well as the ways of musical appreciation by creating daily habits. However,

1 Este texto foi inicialmente apresentado sob o título "Sobre peso, ruído e odor: Algumas reflexões sobre a musicofilia e a prática do colecionismo", apresentado no XIII Congresso Internacional da IASPM-AL (Associação Internacional para o Estudo da Música Popular, Seção Latino-americana). Porto Rico, junho de 2018 e desenvolvido para Grupo de Trabalho Ambientes Sonoros da Comunicação do VI CoMcult, Universidade Paulista, Campus Paraíso, São Paulo – Brasil, 08 a 09 de novembro de 2018.

consumption habits and aesthetics relations of analogical technology remain. Could we consider this new practice as a claim for the return to physical materiality? The desire to directly touch the material object, palpable, collectible – the long play has come back with the advent of the *vinyl culture* (Bartmanski). We analyze some ways of interaction of the *new-old* media and *old-new* media: reception conditions in a changing soundscape (Schafer). To do so concepts such as memory/ oblivion on their semiotic meanings (Lotman; Zumthor), semiophere (Lotman), mediation (Hennion) will be applied.

Keywords: *Listening, Mediatic memory, vinyl record, broadcasting*

Breve introdução

A revolução digital constitui uma ruptura inédita, que transformou tanto as maneiras de consumo, apreciação e cognição musical. Transformou e criou hábitos cotidianos - a própria mutação da paisagem sonora² (Schafer, 2001) o atesta. No entanto, ao contrário do que muitas das especulações faziam prognosticar, práticas de consumo e relações estéticas com os signos da tecnologia analógica permaneceriam. Talvez porque a cultura da música digital teria perdido, em grande medida, três das qualidades reivindicadas pela poesia futurista: peso, ruído, odor, que correspondem às funções sensoriais. Poder-se-ia considerar essa nova onda como uma reivindicação do retorno à materialidade física?

O ato de escutar música mediatizada, na paisagem sonora contemporânea, passa por uma situação muito particular, pontuada por extremos. Ouvem-se *os arquivos* armazenados no computador pessoal, mas também aqueles cujo *acesso* se dá pela *nuvem* da Internet de vida efêmera. Numa direção extremamente oposta, afirma-se o desejo de contato direto com o *objeto material*, palpável, colecionável - o disco. Esta opção, decretada extinta, há até pouco tempo, volta a surgir, com o advento daquilo que se vem denominando *cultura* do vinil. Como contraponto à cultura imaterial, o disco no formato *long-play* reaparece agregado de características particulares: Para além de entretenimento, constitui símbolo da cena urbana das metrópoles, sobretudo no âmbito de uma cultura jovem e “alternativa”. O disco de vinil torna-se, pois, objeto artístico e elemento afirmador de uma cultura (Bartmanski, 2015). Em assim sendo, vale indagar: Como se dão as formas de relacionamento e interatividade dos usuários mais jovens, ao lidarem com essa velha-nova tecnologia?

2 Entenda-se a expressão “paisagem sonora” como todo o qualquer ambiente acústico, não importando sua natureza.

Este texto pretende, assim, analisar, comparativamente, algumas das formas de relacionamento da “nova-velha” mídia (o som digital, pelos discos CD) e “velha-nova” (o som analógico, pelos long-plays): formas de sensibilidade, recepção e consumo, numa paisagem sonora mutante, ao mesmo tempo em que indiferenciada. Embora não aparente, numa primeira aproximação analítica, tal experiência constitui uma operação semiótica complexa. Para tanto, utilizar-se-ão os conceitos de memória / esquecimento, em seu aspecto semiótico (Lotman; Zumthor).

Do console da sala à invisibilidade

Em sua obra “Música e mediação tecnológica”, o compositor Fernando Iazzetta (2009) descreve como a prática de escuta da música, em sua forma mediatizada, trasladou-se, em poucos anos, da sala de concertos para o ambiente doméstico.

Nos últimos anos do século XX, a escuta de obras já se faz mais solitária e a escolha se faz no dormitório, no escritório (ou local destinado para a função), ou mesmo em locais inicialmente não preparados para tanto, mas que fornecem conexão pela Internet que permita a troca de dados com agilidade. Os repertórios não se escolhem mais na loja e, posteriormente, na discoteca pessoal, mas a partir de seleção de arquivos armazenados no computador pessoal, não raro de forma aleatória. Mais recentemente, buscaram-se itens disponíveis num servidor (pomposamente denominado “nuvem”), mediante a ação de um programa da Internet.

De maneira um tanto grosseira, pode-se afirmar que permanecer frente à tela do computador *baixando*³ compartilhando e distribuindo *arquivos* MP3 (e não mais *faixas* de disco) entre seus amigos *on line*, nos *chats* e outras formas de comunicação virtual já chegaram a representar forma de relacionamento interpessoal, a partir da troca de repertórios musicais, nos sistemas *peer-to-peer*⁴, pelo menos até o momento em que a escolha de repertório passou para fornecedores como Soundcloud, Deezer e Spotify.

No entanto, prática semelhante já ocorria com as fitas cassete, na qual se faziam cópias e *playlists*, as trocas feitas entre pessoas e não entre máquinas. Estas eram fixadas em um meio material, possibilitando a escuta móvel, em um aparelho colado ao corpo, acompanhado o percurso do ouvinte ao longo de sua jornada. Esta prática já existe desde o início da década de 1980, quando foi lançado no mercado o *walkman*, em fitas cassete.

3 Particularmente interessante é a analogia visual/ cinética associada ao processo... Na verdade, nada vem de cima para baixo, mas por meio de cabos e satélites.

4 Sistema em que os computadores, em rede, trocam dados entre si, sem a necessidade de um servidor central.

O que mudou, com o passar do tempo foi, basicamente o tamanho e peso do aparelho; a alta-fidelidade, com especial ganho de sons graves e uma maior duração que se refere não apenas à bateria, como também à capacidade de armazenamento de dados na mídia (CD, I-Pod, Minidisc etc.)

Permitimo-nos traçar alguns comentários, a partir da campanha publicitária de lançamento do Discman, igualmente pela Sony, reproduzido de discos digitais de 5 polegadas (CD):

**THE SONY POCKET DISCMAN
— NOW TAKE THE MUSIC YOU
WANT WHEREVER YOU WANT.**

Sony has created what could be the world's smallest concert tour.

The amazing new Sony Pocket Discman™ Compact Disc player. Designed to let you hear the exciting new 3-inch CDs on the street, at school or even in your car.

Just slightly larger than the CD-3 itself, the Pocket Discman player comes complete with its own headphones, rechargeable battery A/C adaptor and a carrying case that holds up to six 3-inch discs.

Yet it still has all the talents of a full-size CD player with features like Repeat, Shuffle Play and Music Search. It's even remote control capable.*

Best of all, the Pocket Discman shown plays not only CD-3s, but the thousands of 5-inch CD titles available today.

The new Sony Pocket Discman. Now you can get great digital sound without having to carry around all that "heavy metal."

SONY
THE LEADER IN DIGITAL AUDIO™

© 1988 Sony Corporation of America. Sony Pocket Discman and The Leader in Digital Audio are trademarks of Sony. Model shown: D-88. *Remote control optional.

Announcing the newest way
to take them on tour.

Figura 1: Campanha de lançamento do Discman, da Sony (1988)

Fonte: Rugiero (2013)

Num claro apelo à novidade - ouvir em trânsito, o que é garantido pela duração da bateria, o aparelho cabe no bolso, é leve e permite uma ampla seleção de repertório, em alta fidelidade sonora. Possui os mesmos recursos técnicos que os toca-fitas de maior tamanho (repetição, modo aleatório, etc.) necessitando apenas de um par de fones de ouvido para poder ser posto em uso. O valoroso invento oferece som potente, sem a necessidade de carregar o “metal pesado”. Aqui, o trocadilho entre o peso do aparelho e o gênero musical não é gratuito, uma vez que se dirige justamente ao ouvinte jovem, fã de rock, consumidor potencial do aparelho (note-se que a fotografia mostra uma mão masculina jovem, usando *jeans*...)

A facilidade no transporte físico do aparelho, somada à capacidade de conexão pela internet e à duração da bateria, criou o hábito da escuta

individualizada, ao longo de todo o dia; um repertório selecionado, de acordo com o gosto do ouvinte, ou segundo algoritmos do provedor de serviço de distribuição de música – no caso de empresas como Spotify ou Deezer constrói a paisagem sonora do ouvinte-passeante. Neste ponto, os fones de ouvido deixaram de ser acessórios, tornando-se equipamentos tão indispensáveis quanto óculos ou próteses.

A escuta da música digital, em algumas cifras

Se, nos últimos anos, as grandes gravadoras perderam o seu *glamour* e hegemonia no negócio da música, não se pode dizer que a comercialização de obras tenha perdido a sua pujança. A música deixou de ser signo de natureza artística para se transformar em serviço, por outras vias de comercialização. Neste sentido, o rock parece ter sido um elemento propulsor da indústria, em seus vários nichos de público assim como as estéticas e composicionais. De acordo com o economista Breno Imaizumi, o mercado fonográfico “viu oportunidades em ampliar o mercado de discos de vinil com o surgimento e crescimento do rock, a partir de 1955” (Imaizumi, 2017). Nesta época, o tamanho dos aparelhos reprodutores, pesados e difíceis de transportar favoreceu a escuta ritualizada, no local em que os tais equipamentos se encontravam.

De acordo com alguns estudiosos sobre o tema, a portabilidade da escuta foi igualmente catalisada pelo consumo do repertório de rock: “No final da década de setenta, a fita cassete e o quase extinto walkman proporcionaram praticidade à música: mais tempo para a reprodução de músicas e a possibilidade de escutar seus cantores e bandas preferidos longe de casa”, afirma Imaizumi (2017). O fato é que, após um período de aproximadamente 20 anos, o disco digital perdeu sua majestade e poder de encanto, sendo suplantado pela praticidade e economia do sistema de distribuição de dados.

Algumas matérias jornalísticas registram um crescimento substantivo da música obtida por *streaming*. No Brasil, entre janeiro e maio de 2015, chegou a superar a renda dos discos, segundo aponta levantamento foi feito pela Associação Brasileira de Produtores de Discos (ABPD). Em tom bastante otimista, manchetes como “CD já ficou para trás e até mp3 está virando passado. Ouvir online é presente e futuro” – pontificam uma derrocada definitiva da música no formato fisicamente acessível pelos órgãos dos sentidos.

No entanto, essa situação não transcorreria de maneira tão unilateral e definitiva... Uma reviravolta ocorreria, ainda na primeira década do

terceiro milênio: o sítio Gira Brazil mostra dados estatísticos apontando um aumento progressivo nas vendas de long-plays. Ainda que o percentual não seja alto, em números globais, os montantes são altos: 9 200 000 de LPs e EPs no primeiro semestre de 2015, gerando uma receita de aproximadamente U\$ 221 100 000,00, nos Estados Unidos. Em dezembro de 2017, as vendas de vinil na Inglaterra atingem £ 2 400 000,00, ao passo que os *downloads* obtêm £ 2 100 000,00, de acordo com a *Entertainment Retailers Association* (ERA). Uma listagem divulgada pela *Official Charts Company* aponta as 40 canções mais vendidas, todas elas nos subgêneros do *rock*. (Gira Brazil, 2018).

Um aumento de vendas também é observado nos Estados Unidos, durante o ano de 2017:

De acordo com o relatório Nielsen's Year-End Report, os LPs registraram maior índice de comercialização desde 1991, quando a Nielsen Soundscan, que quantifica o mercado fonográfico no país, começou seus trabalhos de monitoramento. Os números batem com outra pesquisa feita pela Buzz Angle Music: de acordo com eles, as vendas de vinil aumentaram 25,9% em 2016, representando 8% da venda "física" de música em geral. Isso é uma grande vitória, visto que, durante o ano que passou todo o mercado de venda de música, seja digital (MP3, por exemplo) ou físico (CDs) perdeu de lavada (sic) para o consumo de música por streaming (Gira Brazil, 2018).

Em números, isso representa 1 200 000 000 de músicas reproduzidas diariamente pelos serviços de *streaming*, quantidade sensivelmente inferior ao número de músicas carregadas legalmente durante o ano todo, o que equivale a U\$ 734 000 000. A volta do disco em vinil implica, assim, numa busca não apenas dos álbuns, mas também de toca-discos e acessórios. O diretor de tecnologia, mídia e telecomunicações da Deloitte, Paul Lee, argumenta: "Os consumidores estão optando por comprar algo tangível e nostálgico e a um preço de que converte às gravadoras receitas significativas." (Gira Brazil, 2018).

A volta do vinil?

Se esta vem sendo a maneira predominante da escuta cotidiana, podemos verificar, nos últimos 10 anos, numa direção extremamente oposta, a busca do contato direto com o *objeto material*, palpável, colecionável - o disco. Sobre isso, vale alguns comentários. Primeiramente, não são mais

as *megastores* que oferecem os discos compactos digitais (CD). As poucas que ainda existem próximas ao modelo mesclam livraria-disqueria-café vendem long-plays a preços muito altos. O desaparecimento dos postos de venda se deve, primeiramente, ao preço elevado da mercadoria, mas, antes de tudo, à concorrência com o mercado informal e à pirataria, com a qual o comércio formal não consegue competir. Nos últimos anos, mesmo as grandes redes as *megastores* como FNAC ou Virgin encerraram suas atividades ou de mudaram o ramo do negócio. Seguindo esse raciocínio, as lojas de discos, antigas formas de divulgação do repertório *oficial* (o *hit parade*); locais ritualizados de *descoberta* (e eventual compra) de novos lançamentos deixaram de marcar sua presença na paisagem sonora.

Esta mudança acarretou numa contundente transformação nos hábitos de escuta. O atual horizonte acústico deste início de terceiro milênio difere integralmente da década de 1990, quando o disco compacto se popularizou no mercado e nos lares. É fácil imaginar que o cidadão que se encontra na idade madura ou mesmo na velhice, nos dias de hoje, não tenha se adaptado totalmente a essa prática e sinta uma espécie de estranhamento – quando não falta!-do hábito de visitar lojas de discos, aonde escolhia os grandes *bolachões* a partir dos títulos, do gênero, do artista, podendo consultar informações adicionais e demais elementos da capa: nomes como Rogério Duarte ou Elifas ou Andreato dedicavam um intenso trabalho gráfico! O espaço físico da loja também proporcionava, via de regra, a escuta dos exemplares escolhidos pelo comprador eventual ou contumaz. Eventualmente, a loja exercia a função de ponto de encontro de *habitués* que lá se encontravam para discutir as virtudes dos últimos lançamentos de seus ídolos, sempre auxiliados por um vendedor especializado que, costumeiramente, guardava, de memória, muitas informações sobre artistas, obras, compositores etc. A esses hábitos de consumo e fruição estética denominemos “musicofilia”, tomando um termo emprestado do neurologista Oliver Sacks, em concepção avizinhada.

Se esse hábito que parecia extinto, ressurgiu, num outro contexto, no âmbito de um público consumidor muito particular. A cultura do vinil reaparece, assim, com características diversas, muito embora se trate da mesma natureza material: o “bolachão” de 33 rotações. De acordo com Dominik Bartmanski, é marca da cena urbana das grandes metrópoles, sobretudo no âmbito de uma cultura jovem e “alternativa”. Feito em menores quantidades, atende não às massas, mas a nichos de produtores/consumidores específicos. Nesse novo contexto, o disco em vinil ganhou um novo status, tanto como objeto artístico como elemento afirmador de uma cultura, que ultrapassa o entretenimento despretensioso. Em assim

sendo, vale indagar: Posto que os ouvintes mais jovens não tiveram acesso direto à tecnologia analógica do som, como se configuram as formas de relacionamento com essa velha-nova tecnologia?

Retomando as pesquisas de Bruno Imaizumi, pode-se acreditar que “a ideia do retrô, do nostálgico, a felicidade ao tocar e ver uma capa de álbum, mudar o disco de um lado para o outro, ter percepções musicais diferentes, dedicar o tempo para ouvir música e escutar com mais atenção... São coisas diferentes que podem ser proporcionadas por um disco de vinil, uma vitrola e suas caixas de som.” (Imaizumi, 2017). Numa época em que as formas de contato e comunicação interpessoal se transportaram aos sinais eletromagnéticos, tal experiência poderia ser considerada como uma volta a *tatilidade* que os objetos materiais proporcionam.

De certo modo, podemos inferir que a experiência da música mediatizada no formato vinil trará à tona experiências reivindicadas pelos poetas futuristas e lançada por Marinetti (in Bernardini, 2013): o peso; o ruído; o odor, que correspondem às formas de contato sensível com o meio material (“suporte”) sobre o qual o signo se concretiza. A relação que se estabelece pode ser bem compreendida se considerarmos a teoria da mídia elaborada, pelos semioticistas Harry Pross e Norval Baitello (1997). Passemos, neste momento, a uma breve análise sobre essa maneira ritualizada de escuta.

Começemos pelo ruído: Disfrutar da experiência da escuta de um disco no formato long-play exige uma experiência no tempo que em muito difere da escuta de arquivos digitais. O ouvinte de música digitalizada em arquivos MP3 transita pela paisagem sonora munido de alto-falantes intra-auriculares. O *hábito* de usar continuamente os fones de ouvido, recebendo sinais eletromagnéticos - geralmente classificados como música/ canções- parece ter se transformado em *necessidade vital*. Os fones de ouvido, atrelados ininterruptamente ao telefone (*smartphone*) atendem ao mesmo grau de necessidade que óculos ou aparelhos para surdez... Ao pôr a rodar um long-play é necessário interromper a emissão de fonte sonora contínua a cada 12 a 15 minutos para virar o disco do outro lado, ou mesmo selecionar outro long-play. Interrompe-se, temporariamente, a fonte de som/ruído. O ruído da fonte sonora cessa, ainda que por poucos instantes.

Escolher um disco e pô-lo a tocar é uma experiência sensorial e motora completa: o ouvinte necessitará movimentar-se, manipular objetos em estantes ou outros locais de desenho para reunir o aparelho de rádio, toca-discos e ainda armazenar discos. Depois deles viriam os *racks* que incluíam dentre outros aparelhos, como gravador e o equalizador.

O advento do videocassete talvez tenha sido uma das tecnologias que aos poucos foram substituindo as reuniões para a audição de música pelo ato de assistir a filmes do tipo *blockbuster*. Daí por diante, cada vez mais o entretenimento proclamaria os produtos audiovisuais como a diversão verdadeira, em detrimento da escuta. Coincidiria, dentre outras razões, o início da derrocada da indústria fonográfica. Ademais, o desenvolvimento de tecnologias voltadas à linguagem visual fez com que os signos sonoros tivessem de agregar a linguagem visual. O videoclipe e emissoras como a MTV atestam as formas de escuta do período. Em tempos de tecnologia digital, o aspecto visual domina acoplado-se indelevelmente ao signo sonoro.

Postas estas ponderações, podemos concluir que o ato de manusear, folhear o encarte, ler a ficha técnica não se encontram ao acesso fácil do ouvinte-comprador como há alguns anos com a mesma facilidade. Para os adeptos à cultura do vinil, em sua nova feição, estes parecem ser alguns dos traços importantes que apontam para sua expressiva aceitação.

Mas como a consulta a obras, em quase toda a sua totalidade se faz digitalmente, dificilmente se poderá satisfazer a curiosidade senão com uma amostra de alguns segundos: a loja virtual só possibilita conhecer o conteúdo material na íntegra, após a compra efetuada e a mercadoria entregue em seu destino. Da mesma forma, após a migração do disco para o *streaming*, serviço de transmissão de obras pela internet, mediante assinatura, a música passa a ser consumida sem que haja, forçosamente, informações detalhadas sobre a produção do disco, intérpretes, compositores, etc.⁵

Que reste-t-il de nos amours ?

O que sobrou de nossos amores? Uma lembrança me persegue, sem cessar... Uma paisagem escondida... flores que se encontram num livro, cujo perfume inebriante se esvanecem...

O *foxtrote* de Charles Trenet (1942) remete a uma atitude nostálgica, a partir da metáfora da escuta ritualizada da música, no formato de disco, que poderia ocorrer coletivamente. No ano de 1942, ouvir canções mediatizadas tecnicamente só era possível em locais em que houvesse um aparelho reproduzidor e fonte de alimentação elétrica. Ainda assim, antes

5 As empresas provedoras de *streaming* estão criando seus catálogos, muitas vezes sem coletar os dados da gravação-matriz... Uma lástima para o pesquisador de repertórios fonográficos.

mesmo do surgimento da alta-fidelidade sonora, estabeleceu-se uma forma de vínculo com o que se ouvia - sobretudo, a grade das emissoras de rádio, recheadas de programação musical. Em horários fixos e calendarizados, promoveram a fixação de uma paisagem sonora. Títulos e intérpretes tornaram-se memoráveis, fixando um repertório de clássicos de todos os tempos.

Anos mais tarde, outro Charles – o Gavin-, devotado aos amores pela música em long-plays, adotaria uma estratégia original, lançando o programa “O som do vinil”. Ao ser entrevistado sobre a motivação que o levou a produzir a série, em vigor desde 2007, relata:

No ambiente em que eu me criei, nos anos 1970, era absolutamente comum compartilhar música. Eu me eduquei desta forma, com amigos, mais jovens ou mais velhos, quando o hábito era ir para a casa de alguém ou ele vir na sua, e todo mundo ouvia música junto. Esses encontros geravam discussões. A gente falava sobre as faixas, usava critérios pessoais, onde o que valia mesmo era a intuição. Amizades se criavam dessa forma – fiz amigos só por ouvirmos discos juntos. É claro que eu não tinha a menor ideia de quanto isso seria importante em minha vida. Foi nesse ambiente que acabei me tornando baterista. A minha primeira escola de música foi os discos que eu podia ouvir, que pegava emprestado e compartilhava. E como sou autodidata – esse foi o meu *start*, porque não havia outra maneira de começar, sabia que se tudo isso foi importante para mim, poderia ser também para outras pessoas (2007).

A proposta de Gavin tem como objetivo recuperar uma experiência de escuta dos discos em vinil que se praticou por quase todo o século XX, mas de maneira reconfigurada. Não se trata, aqui, de viver como no passado, ignorando as novas sonoridades que o som digital trouxe. Ao retomar um determinado disco, Gavin conversa com produtores, intérpretes, compositores, com o intuito de obter informações sobre como o disco – entendido como uma *obra* – foi concebido.

No terceiro milênio, a simultaneidade a sincronicidade deram lugar à escuta individualizada, com fones de ouvido, em trânsito, de um repertório que “aparece” não raro de maneira aleatória, descontextualizada. Muito raramente álbuns inteiros são ouvidos. Como alerta Gavin, citando o baterista Questlove, precisamos ter em mente que “a internet hoje é o lugar onde tudo acontece (...). E navegar na internet é como estar num oceano sem bússola”.

A escuta do “velho-novo”, aqui representado pela música fonofixada no disco de vinil propõe uma reorganização dos códigos mais antigos, uma vez que ela coexiste com os novos formatos e novas qualidades sonoras trazidas pela tecnologia digital. De certa forma, operam mecanismos geradores que levam a constantes formas de (re)organização dos signos sonoros sob outras formas de sensibilidade, combinando (novos) textos culturais.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Baitello JR., N. (1997). *O animal que parou os relógios*. São Paulo: Annablume.
— (2014). *A era da iconofagia - Reflexões sobre imagem, comunicação, mídia e cultura*. São Paulo: Paulus.
- Bartmanski, D. (2015). *Vinyl: The Analog Record in the Age of Digital Reproduction*. Londres; Nova Iorque: Bloomsbury Academic.
- Bernardini, A. (Org.). *Ofuturismo italiano: Manifestos*. São Paulo: Perspectiva, 2013.
- Chion, M. (1994). *Musiques, médias, technologies*. Paris: Flammarion.
- Fernandes, D., Fernandes Santana, V., Santos, R. (2012). *Hábitos de Consumo de Música Digital em multiplataformas (Tese de Especialização)*. FAE, Centro Universitário, Curitiba.
- Gavin, Ch. (s/d). O som do vinil: Memória da música brasileira. Entrevista. Recuperado de <http://osomdovinil.org/o-projeto>
- Hennion, A. (27 de outubro de 2015). Et si, au lieu de chercher à expliquer le tube, on se demandait qu'apprendre de lui? *HUFFPOST*. Recuperado de https://www.huffingtonpost.fr/antoine-hennion/semaine-de-la-pop-philosophie-le-tube_b_8396342.html
- Iazzetta, F. (2009). *Música e mediação tecnológica*. São Paulo: Perspectiva.
- Imaizumi, B. S. (2017). Por que os discos de vinil estão de volta? *Por que? Economês, em bom português*. Recuperado de: <https://porque.com.br/por-que-os-discos-de-vinil-estao-de-volta>
- Lotman, I. (1996). *La semiosfera I*. Madrid: Ediciones Cátedra.
— (1998). *La semiosfera II*. Madrid: Ediciones Cátedra.
- Lotman, I. et al. (1988). *Ensaio de semiótica soviética*. Lisboa: Horizonte.
- McLuhan, M. (1988). *Os meios de comunicação como extensões do homem*. São Paulo: Cultrix, 1964.
- Maisonneuve, S. (2001). De la « machine parlante » à l'auditeur : le disque et la naissance d'une culture musicale nouvelle dans les années 1920 et

1930. *Terrain: Anthropologie & Sciences Humaines*, 37. Recuperada de <https://doi.org/10.4000/terrain.1289>
- (2001). Between history and commodity: the production of a musical patrimony through the record in the 1920-1930s. *Poetics*, 29, 89-108.
- Rugiero, C. (12 de enero de 2013). *Antique Hi-Fi Archive The sony d-88 'pocket Discman' of 1988*. Recuperado de <http://www.preservationsound.com/?p=7626>
- Schafer, R. M. (2001). *A afinação do mundo*. São Paulo: Edunesp.
- Valente, H. de A. D. (2011). Sobre pastas, paquetes de bizcocho, o: De cómo el apetito musical es construido, fijado y transformado por los medio In: J. F. Sans & R. López Cano (Eds.) *Música popular y juicios de valor: una reflexión desde América Latina* (pp. 135-163). Caracas: Fundación CELARG.

Heloísa de Araújo Duarte Valente (Santos- SP, Brasil) é musicóloga e semiótica pela Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP). Professora titular no Programa de Comunicação e Cultura Midiática. Universidade Paulista (UNIP), estuda os processos de memória e nomadismo na canção, no âmbito da cultura midiática. Fundadora e líder do Centro de Estudos em Música e Mídia - MusiMid Contatos: musimid@gmail.com e [heloísa a. duarte valente](#) (Facebook).