

Vinil ou not vinil: garimpando uma pesquisa nas feiras e lojas de discos

Luceni Hellebrandt²³⁴

Lado A – Intro²³⁵

Em um domingo no primeiro mês em que estava em Amsterdã, fui caminhar com uma colega do convênio CAPES–NUFFIC pelas ruas centrais da cidade. Enquanto caminhávamos, conversávamos assuntos diversos, entre eles sobre o que pretendíamos aprofundar com nossas pesquisas, respondendo à proposta do convênio “Modernidade, meio-ambiente e novas noções sobre lixo e pureza”. Seria meu primeiro campo fora do Brasil, tudo novo, principalmente conduzir uma pesquisa em outro idioma. Andrea parou de caminhar e começou a revirar uma pilha de caixas de papelão em uma calçada, dispostas no local destinado ao lixo, explicando-me que, na noite anterior, havia encontrado vários discos de vinil dentro de caixas similares. A calçada em que estávamos fica em frente à Recordfriend Elpee, uma das maiores lojas de música de Amsterdã, citada no livro *The Last Shop Standing* (Graham Jones, 2014), que relata como as lojas independentes de discos passaram pelos movimentos de ascensão, queda e ressurgimento do mercado de vinil nas últimas décadas.

²³⁴ Doutora em Ciências Humanas pela Universidade Federal de Santa Catarina. É pesquisadora no Laboratório Interdisciplinar MARéSS – Mapeamento em Ambientes, Resistência, Sociedade e Solidariedade da Universidade Federal do Rio Grande.

²³⁵ The XX – Intro (2009). <https://youtu.be/xMV6l2y67rk>

A caminhada com Andrea e a situação que trouxe a discussão dos discos de vinil como algo a ser descartado me lembrava de algumas notícias que eu acompanhava no Brasil, relatando uma volta dos discos de vinil²³⁶. O *vinyl revival* é uma expressão adotada nos canais de comunicação para descrever um aumento nas vendas de discos de vinil a partir de 2007, mas não se refere somente a discos, englobando todos os aparatos necessários para ouvi-los. Por exemplo, em 2013, encontrei na Santa Ifigênia²³⁷ uma larga oferta de vitrolas novas e portáteis, com valores acessíveis, e pude tirar a poeira dos discos que tinha guardados. Contudo, mesmo com o reaquecimento desse mercado, o cenário do comércio de discos de vinil no Brasil estava concentrado principalmente na Galeria Nova Barão (São Paulo) ou em lojas expoentes do estilo e que continuam na ativa há algumas décadas, como a também paulista Baratos Afins – inaugurada na década de 1970, ou a Toca do Disco, em Porto Alegre, no mercado desde a década de 1980.

Em 2014, quando cheguei em Amsterdã, a Holanda estava ocupando a 5ª posição em um ranking mundial dos países que mais comercializavam discos novos. O dado se confirmava na quantidade de lojas de discos que eu percebia enquanto caminhava pelas ruas centrais da cidade. Além das diversas lojas, com discos novos e usados (ou *tweedehands platen*, expressão holandesa para discos de segunda mão, como logo me acostumaria a reconhecer), percebia anúncios de feiras, nas quais o produto principal anunciado era o vinil. Percebia também que cadeias de lojas multinacionais estavam dedicando um espaço ao disco de vinil, como na rede de eletrônicos MediaMarkt ou na rede de roupas Urban Outfitters, o que me pareciam ser exemplos do tão falado *vinyl revival*.

²³⁶ Exemplos: “O vinil nacional de volta às pick-ups com vários lançamentos” – matéria publicada no jornal Estadão em 27 de fevereiro de 2010. Disponível em: <http://cultura.estadao.com.br/noticias/musica,o-vinil-nacional-de-volta-as-pick-ups-com-va-rios-lancamentos,516899> ; “A volta do vinil?” – matéria publicada no jornal Folha de S. Paulo em 08 de março de 2013. Disponível em: <http://fotografia.folha.uol.com.br/galerias/14337-a-volta-do-vinil>.

²³⁷ Bairro na região central de São Paulo que concentra lojas de produtos eletroeletrônicos.

Alguns meses depois, já no desenvolvimento da pesquisa, ouvi em uma feira de discos em Utrecht um *dealer* contestar a expressão que usei, ao me explicar que “esse termo *vinyl revival* é uma mentira inventada pela mídia, pois nunca se deixou de vender vinil”²³⁸. Expressão midiática, mentira inventada ou não, fato é que todo esse movimento em torno dos discos instigou minha curiosidade a ponto de estruturá-la em formato de projeto de pesquisa. Proposta escrita, discutida e aprovada junto ao professor Freek Colombijn, supervisor do estágio sanduíche no Departamento de Antropologia Social e Cultural da Vrije Universiteit Amsterdam, precisava me apropriar da literatura que me permitiria pensar como objetos físicos apresentam-se como expressão cultural (Miller, 1987). Constantes conversas de orientação com Freek, suas indicações de leituras e os próprios relatos de suas lembranças relacionadas aos discos de vinil foram fundamentais para meus apontamentos sobre o que importa nas relações entre discos de vinil e colecionadores holandeses. Contudo, além do background teórico para desenvolver tal pesquisa, outras questões mais práticas se colocavam para desenhar o campo, e neste texto descrevo esse ponto essencialmente necessário para que eu pudesse desenvolver uma pesquisa nova em um país estranho, com idioma diferente — o uso da internet enquanto ferramenta de pesquisa, facilitando minha comunicação, localização e deslocamento durante o estágio sanduíche em Amsterdã.

É interessante pensar nessas interfaces com o digital enquanto eu pesquisava o consumo de um objeto físico de formato analógico para ouvir música, em tempos de variedade e disponibilidade a um clique para

²³⁸ Continuo com o termo utilizado por meus interlocutores para descrever os proprietários de estandes nas feiras. A conversa com este *dealer* aconteceu no único estande claramente identificável como do Brasil, pois ostentava uma enorme bandeira, contudo, os discos vendidos não eram exclusivamente de música brasileira. Quando me aproximei do estande, fui bem recebida pela proprietária, que me falou que já frequentava a feira há muitos anos e sempre levava discos para vender na loja que possui, com o esposo, na Galeria Nova Barão (tradicional local de comércio de discos de vinil em São Paulo). Alguns minutos depois, o esposo se aproximou, indagou sobre minha pesquisa e, de forma ríspida, encerrou a conversa com a frase que mencionei no texto.

streaming no celular. A relação entre digital e analógico se coloca aqui ao pensar o digital (tudo aquilo que cabe no código binário) como ferramenta de pesquisa, para além de seus usos metodológicos na antropologia digital (Daniel Miller; Heather Horst, 2012; Daniel Miller, 2017) ou nas etnografias para internet (Cristine Hine, 2015), conforme Beatriz Accioly Lins, Carolina Parreiras e Eliane Tânia Freitas refletem no texto de apresentação do dossiê “Estratégias para pensar o digital”, organizado por elas, quando relembram que, em Antropologia, a reflexão metodológica está vinculada à condução da pesquisa, pois vamos trabalhando de forma artesanal, adequando e criando ferramentas conforme a investigação avança, em conjunto com interlocutores, e em campo, e, nesse sentido, mesmo quando o digital se apresenta somente como ferramenta, também é necessário compreender seu papel na metodologia da pesquisa (Beatriz Accioly Lins; Carolina Parreiras; Eliane Tânia Freitas, 2020, p. 4-5). Foi assim que o digital se atravessou nesta pesquisa, como ferramenta para que o campo se desenrolasse. Com o auxílio de websites e aplicativos para celular, fui desenhando o campo e entendendo sua espacialidade, permitindo que eu me movimentasse por ele e me comunicasse com meus interlocutores — colecionadores holandeses de discos de vinil.



FIGURA 1: FACHADA DA RECORDFRIEND ELPEES — REGIÃO CENTRAL DE AMSTERDÃ, OUTUBRO DE 2015.

*With a Little Help from My Friends*²³⁹

Ao mesmo tempo em que buscava me apropriar das teorias que me ajudariam a pensar a pesquisa, precisava dar conta de compreender a dimensão do que havia proposto, delimitando um possível campo que respondesse aos meus questionamentos no tempo disponível para o estágio sanduíche. A melhor forma que encontrei foi recorrer à internet, abundante em informação sobre discos de vinil na Holanda. Nessas pesquisas em meio digital, encontrei as principais e mais completas informações no website [lpvinylnl.nl](http://www.lpvinylnl.nl) — supporting vinyl on the internet since 2000²⁴⁰. Acontece que a frase explicativa que acompanha o título da página é a única informação em inglês, tudo o mais está escrito em holandês, sem opção de alterar o idioma.

²³⁹ Joe Cocker – With a little help from my friends (1969). <https://youtu.be/eXV4WyQMhFM>

²⁴⁰ <http://www.lpvinylnl.nl>

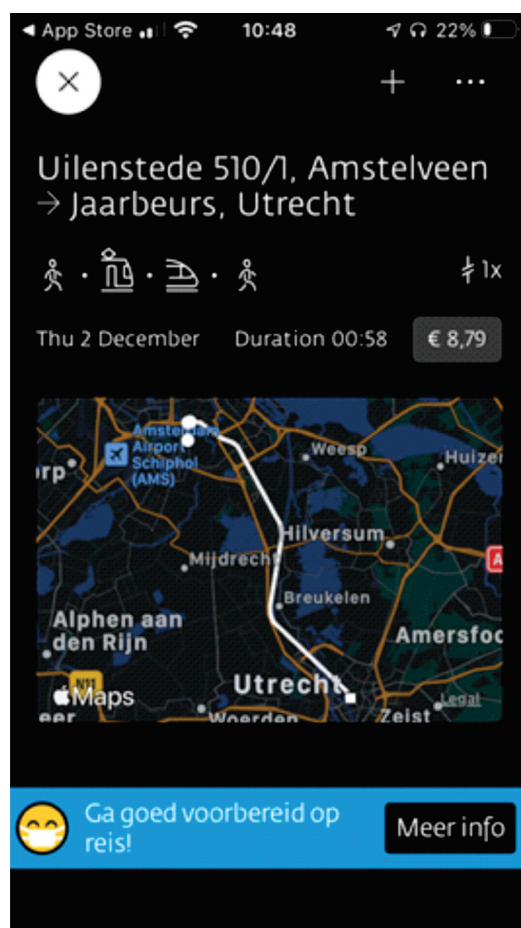
Percebi, então, que algumas aplicações para a internet, ou aplicativos, entrariam em cena como ferramentas essenciais para desenvolver a pesquisa.

O Google Tradutor foi crucial como ferramenta de pesquisa, pois, ainda que existam diversos websites sobre vinil na Holanda, o *lpvinyl.nl* tem uma base consistente de dados, uma vez que o website é atualizado semanalmente, desde que Gerard teve intimidade suficiente com a internet para fazer de sua paixão pelos discos um canal informativo, conforme me explicou quando o visitei em Amersfoort para uma entrevista.²⁴¹ Com as informações encontradas no *lpvinyl.nl*, fiz uma lista das lojas de discos de Amsterdã, as *platenzaken*, e, com uma câmera para registrar as fachadas e seus interiores,²⁴² comecei a conhecer a cidade por meio dos ambientes físicos voltados ao comércio de discos de vinil.

Utilizei os aplicativos Maps e 9292 para auxiliar meus deslocamentos. O 9292 é um aplicativo holandês para planejar rotas e integra as informações sobre o transporte público na Holanda. A rota sugerida pelo aplicativo, que também pode ser traçada pelo website <http://www.9292.nl>, é atualizada em tempo real, de forma que sempre sugere o caminho mais rápido, indicando tanto as informações sobre o transporte a ser utilizado (*tram*, *bus* ou *metro*, localização da parada, tarifa a ser paga, duração da viagem) quanto o tempo de caminhada e a rota a fazer, recalculando-a caso haja interrupções em alguma via.

²⁴¹ Amersfoort, cidade em que Gerard reside, fica na província de Utrecht. A viagem de trem entre as estações centrais de Amsterdã e Amersfoort leva 34 minutos no percurso direto e mais curto.

²⁴² Uma prancha com as fachadas das 30 lojas que visitei pode ser conferida no texto de minha autoria (Hellebrandt, 2016), que compõe o livro “O poder do lixo: abordagens antropológicas dos resíduos sólidos”, organizado por Carmen Rial, como um dos resultados do convenio Capes–Nuffic mencionado nas primeiras linhas deste texto.



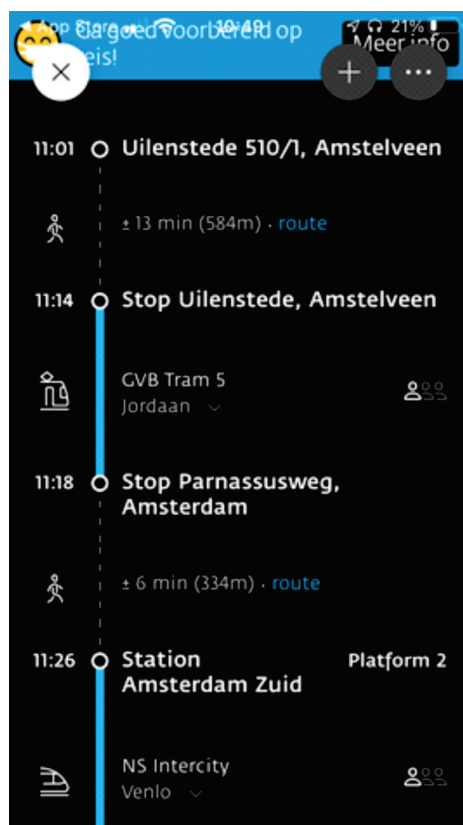


FIGURA 2: SIMULAÇÃO DE ROTA NO APLICATIVO 9292.

Além de planejar as rotas de deslocamento, os aplicativos integrados a mapas serviram também para situar-me geograficamente, já que em diversos momentos deixei o percurso ser atravessado pelo ato prazeroso de caminhar em terreno desconhecido sem uma preocupação constante de chegar a um ponto específico. Quando se está sozinha, cercada de um mundo novo a ser conhecido, vale a pena fazer seus próprios mapas, como descreve Rebecca Solnit em *A field guide to get lost*. Caminhar é um modo de conhecer e organizar, andar e ver, se situar e engajar-se com o ambiente (Roberto Cardoso de Oliveira, 1996; Tim Ingold, 2005; Hélio Silva, 2009) e, conforme mencionado nas primeiras linhas deste texto, caminhar teve

uma importância marcada para o desenvolvimento da pesquisa. Indo de uma loja a outra, tive uma dimensão da cidade e, para contribuir nesta percepção sobre a cidade, utilizei as ferramentas Google Earth e Grab-a-Map²⁴³ para localizar as lojas de discos de Amsterdã. O Grab-a-Map é um website disponibilizado pela Gemeente Amsterdam (Prefeitura de Amsterdã) para a produção de mapas temáticos e interativos, utilizando base de dados geográficos de livre acesso. Com a base aberta, usuários são convidados a produzir e publicar mapas de acordo com seus interesses. Por exemplo, há mapas com a localização de feiras de alimentos, de monumentos, de locais para prática desportiva, de banheiros públicos etc.

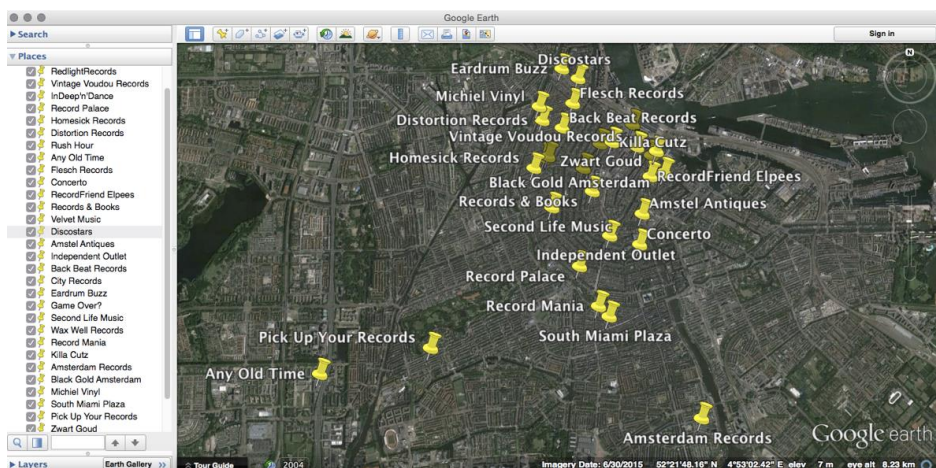


FIGURA 3: GEOLOCALIZAÇÃO DAS LOJAS DE DISCOS EM AMSTERDÃ.
AUTORIA MINHA, UTILIZANDO GOOGLE EARTH.

²⁴³ <https://maps.amsterdam.nl>

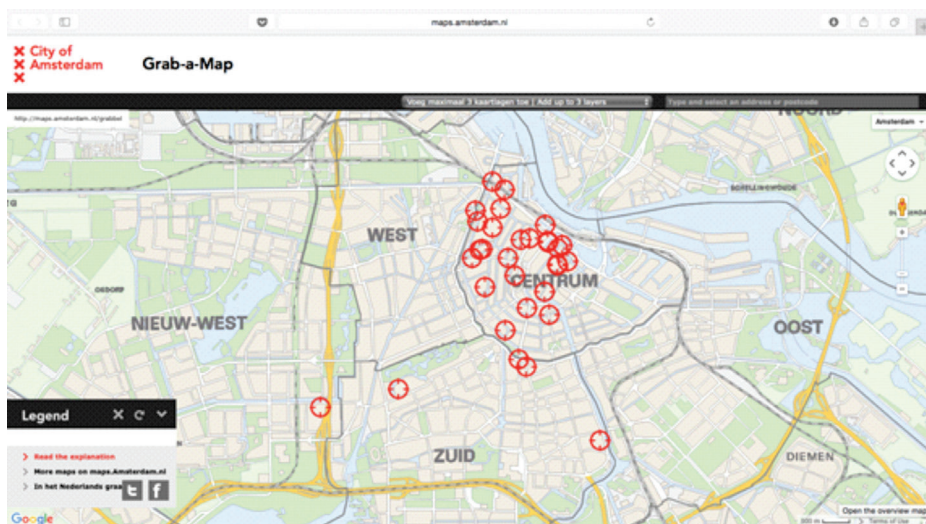


FIGURA 4: LOCALIZAÇÃO DAS LOJAS DE DISCOS EM AMSTERDÃ.
AUTORIA MINHA, UTILIZANDO GRAB-A-MAP.

*Black Gold*²⁴⁴

Nos momentos em que me aproximava ou afastava das lojas, percebia também o entorno delas. Nas mais afastadas da região central, como a Any Old Time (na região Nieuw-West) ou a Amsterdam Records (na região Zuid), os proprietários já estavam engajados em longas conversas, em holandês, com pessoas que pareciam amigos antigos, e pouco dispensavam atenção à minha presença. Nas lojas do Centrum, o movimento de entrada e saída se assemelhava mais ao fluxo constante de turistas das ruas do entorno, e o inglês era mais comum.

Embora eu tivesse algum conhecimento de inglês pelas disciplinas de idiomas na escola e por ouvir músicas de que gostava, acompanhando as letras nos encartes dos discos, o período de estágio sanduíche foi a primeira vez que tive uma necessidade mais extensa de me comunicar em inglês.

²⁴⁴ Esperanza Spalding – Black Gold (2012). <https://youtu.be/TbRUorOX07g>

Essa e outras inseguranças de uma primeira pesquisa em outro país foram semelhantes ao que Margarete Fagundes Nunes relata em seu texto nesse mesmo livro, mas curiosamente a preocupação de falar um inglês impecável gramaticalmente foi diminuindo quando percebi que a comunicação estava fluindo bem com meus interlocutores, pois para eles também o inglês não era a primeira língua. Mesmo que o contato intenso com o idioma fizesse deles falantes quase perfeitos, o ambiente cosmopolita de Amsterdã fazia-os ouvintes melhores. Jasper, proprietário da City Records, comentou em uma de nossas conversas que pelo menos uns 70% das pessoas que frequentam as lojas de discos em Amsterdã são turistas, assim, entender o que lhes é requisitado em um inglês falho ou carregado de sotaques faz parte naturalmente de suas vidas enquanto comerciantes.

A sinalização nas lojas (como os marcadores das seções de discos) nem sempre estava em inglês. Aventurar-me no holandês era algo que me deixava curiosa e, embora não me arriscasse muito na pronúncia, muitas palavras passaram a compor meu universo de pesquisa sem causar estranheza. Assim, consegui entender parte de uma conversa em holandês quando um rapaz pediu informações para comprar uma vitrola, enquanto eu acompanhava Jasper, que fumava um cigarro na porta da City Records. Em outra ocasião, entendi que deveria colocar em pausa o gravador na entrevista com Siebrand quando um rapaz adentrou a porta da Black Gold Amsterdam com um sorriso no rosto e um pacote na mão. Os dois conversaram animados em holandês, e entendi que o disco que o rapaz havia encomendado para presentear Siebrand havia chegado. O pacote logo foi aberto, e a agulha da vitrola tornou “Black gold”, de Esperanza Spalding, a trilha sonora para um sorriso alegre que respondia parte da minha pergunta de pesquisa. Siebrand estava encantado com o disco, presente de seu amigo.



FIGURA 5: NO INTERIOR DA LOJA CONCERTO.

A loja de Siebrand é um caso interessantíssimo para pensar no *vinyl revival* — a materialidade do vinil enquanto objeto de consumo, sendo impulsionado pelas novas tecnologias digitais, refletindo no mercado. A Black Gold Amsterdam iniciou suas atividades no começo de 2015, sendo, portanto, a mais nova das lojas de Amsterdã naquele momento. Parte do investimento para abrir a loja foi arrecadado por meio de um *crowdfunding*. A campanha ocorreu em uma plataforma holandesa de vaquinha virtual²⁴⁵, envolvendo 91 investidores e atingindo a meta de arrecadação a totalizar um pouco mais de €21.000,00 (vinte e um mil euros), nascendo, assim, a loja de discos que também é uma cafeteria — café e vinil, ouro preto, como um projeto de vida para Siebrand.

²⁴⁵ <https://crowdaboutnow.nl>

Já a Records & Books está ativa há mais de vinte anos, embora não seja a mais antiga loja de Amsterdã em atividade (esse título é da Concerto, que funciona desde 1955). Quando entrei na loja, Jos entusiasmadamente me convidou a puxar uma cadeira e ouvir um pouco de suas histórias, pois, para ele, ouvir discos é o que o mantém saudável na sua sexta década de vida. Jos me explicou sua relação com os discos descrevendo que “é quando você para e toma um tempo para si. Pessoas hoje em dia não sabem dessas coisas, desse segredo. Eles estão sempre correndo, com um monte de estresse. Eles esquecem de ter um tempo para si mesmos.” (entrevista em setembro de 2015). E isso é fascinante nas lojas de disco. O tempo, nelas, passa diferente.

Elas [as lojas] parecem estar deslocadas no tempo e fora da realidade em que estão inseridas. Esta inferência é baseada no fato de nenhum dos clientes estar com pressa. Alguns dos clientes passam mais de uma hora comprando discos, sendo que um número significativo desses permanece na loja apenas avaliando as mercadorias em exposição, sem realizar nenhuma compra. As pessoas realmente se dedicam ao processo [de garimpar]. (João Pedro Fleck, 2008, p. 43)

No trecho, retirado da pesquisa de João Pedro Fleck com colecionadores de discos de vinil em Porto Alegre, a descrição do autor combina com o que observei nas lojas de Amsterdã e, mais ainda, com o convite de Jos a puxar uma cadeira, sentar e ouvir, no meio de uma tarde de semana. Ao cruzar a porta da Records & Books e adentrar o ambiente pequeno e repleto de livros, discos, rádios e televisores antigos, pôsteres e fotos em preto e branco de jazzistas famosos tapando as paredes, havia uma sensação de distanciamento do que se passava no lado de fora da loja. Na Records & Books,

²⁴⁶ Massive Attack – Paradise Circus (2010). <https://youtu.be/ProwCLCpogo>

ouvindo Jos, eu passava uma temporalidade diferente do fluxo de intensidade quase infernal das pessoas circulando por uma das ruas que desemboca na Amsterdam Centraal,²⁴⁷ a principal estação de Amsterdã, na qual circulam cerca de 250 mil pessoas por dia.



FIGURA 6: JOS, NA RECORDS & BOOKS.

Lado B – *Lost in the Supermarket*²⁴⁸

Nas lojas ou nas feiras de discos, corre um outro tempo, que se distancia do intenso fluxo do “mundo lá fora”, e pode-se observar clientes absortos, olhando caixa a caixa de discos. Esse procedimento tem uma expressão

²⁴⁷ “Já reparou que os canais de Amsterdão fazem lembrar os círculos do inferno?” pergunta o personagem de Albert Camus em “A Queda”. A Record & Books, como grande parte das lojas de discos, se localiza no anel de canais de Amsterdã (*Grachtengordel*), onde o fluxo de pessoas é intenso e contínuo.

²⁴⁸ The Clash – *Lost in the supermarket* (1979). <https://youtu.be/hZw23sWlyG0>

própria, o *crate digging*, do qual uma tradução próxima seria garimpo.²⁴⁹ O tempo dedicado ao garimpo é longo e dedicado, mas percebi que, por vezes, é interrompido para uma consulta ao Discogs.²⁵⁰ No ar desde 2000, o Discogs é um aplicativo alimentado a partir dos dados compartilhados por colecionadores de discos de vinil de todo o mundo e funciona principalmente em duas frentes: como um catálogo para as coleções pessoais e como espaço de *e-commerce*. Entre as informações requisitadas para cadastrar um disco da coleção estão as especificações da edição do disco, o valor pago na compra e o estado de conservação do item, descritos com um código específico referente às condições do disco e da capa.²⁵¹ Com essas informações, o aplicativo tem uma funcionalidade que extrapola a plataforma de comercialização, pois o catálogo passa a ter outros dois usos: pode ser utilizado como comprovante de valor a ser assegurado, em contratos com seguradoras de bens,²⁵² e o uso que percebi na feira de discos, como base confiável para compradores verificarem se o preço pedido pelo comerciante é compatível com itens em condições similares, oferecido por outros vendedores.

²⁴⁹ O termo usual é *crate digging*. Traduzo-o como garimpo/garimpar, pois o objetivo é exatamente o de procurar em uma área e encontrar algum bem precioso. Conforme definido no dicionário Michaelis: "garimpar 2 FIG, POR EXT Procurar e selecionar minuciosamente coisas, objetos, palavras, expressões etc.:".

²⁵⁰ Discogs pode ser acessado pelo *website* <http://www.discogs.com> e, por ser uma base de dados construída a partir da colaboração de usuários é um exemplo da forma como FERREIRA (2016) interpreta e aplica aos meios digitais e plataformas de web 2.0 o conceito de *prosumer* (prosumidor), alçado por Alvin Tofler no livro *The Third Wave* (1980). O prosumidor trabalha ativamente para produzir os bens que compra e consome, deixando de ser passivo no processo linear produção → consumo.

²⁵¹ Há um código de letras para identificar o estado de conservação do item: (M) Mint – Perfeito; (NM) Near Mint – Quase perfeito; (EX) Excelent – Apenas com algumas mais marcas de uso; (VG+) Very Good Plus – Nota-se sinais de uso; (VG) Very Good – Percebe-se que o disco foi bem tocado; (G) / (G+) Good / Good Plus – Nota-se que o disco foi utilizado muitas vezes e perdeu quase todo o seu brilho; (P) Poor – O disco está mal estimado, algumas vezes a agulha salta e contém bastantes ruídos de fundo. Informações retiradas de: <http://ocovildovinil.pt/classificacao-do-vinil>

²⁵² Em publicação de 2018, no blog do Discogs, este uso estava sendo apresentado: <https://blog.discogs.com/en/insure-your-vinyl-records-with-discogs-collection/>

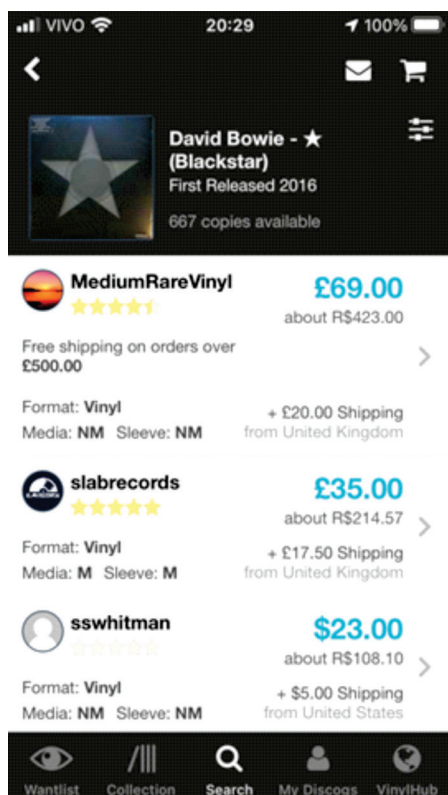


FIGURA 7: PESQUISA DE PREÇOS NO APLICATIVO DISCOGS. À ESQUERDA, PERCEBE-SE A VARIAÇÃO DE PREÇOS EM FUNÇÃO DA REPUTAÇÃO DO VENDEDOE E DAS CONDIÇÕES DO ITEM. À DIREITA, PERCEBE-SE O HISTÓRICO DE PREÇOS DE COMERCIALIZAÇÃO DO ITEM, NESTE CASO, EXEMPLARES DE EDIÇÃO LIMITADA.

A primeira vez que notei esse uso do Discogs para decidir uma compra foi em abril de 2015, quando visitei a 43ª edição da Mega Record & CD Fair, em Utrecht. Pelo material de divulgação da feira, já era possível perceber a grandiosidade, pois seriam dois dias inteiros (iniciando às 9h da manhã e indo até 5h da tarde), com mais de quatrocentos estandes, e haveria a cobrança de ingresso (€13,00 para os dois dias de feira). Essas informações estavam bem explicadas no website da promotora da FERIA, a Recordpla-

net.²⁵³ Eu pensava estar preparada para a grandiosidade, estudei as informações e pensei em uma estratégia metodológica para otimizar o tempo. Estruturei um formulário curto, mas com perguntas de caracterização básica sobre os estandes e uma questão mais ampla, sobre a comercialização de discos de vinil de segunda mão enquanto reaproveitamento, evitando descarte e geração de lixo. Incluí também um campo solicitando o e-mail, de modo que eu pudesse entrar em contato em outro momento. A escolha de um formulário com as perguntas já escritas pretendia driblar também alguma insegurança minha com a comunicação.

Depois de uma viagem de trem planejada no 9292, cheguei no endereço da feira, em Utrecht. Ao observar a grande movimentação para adentrar o Centro de Convenções Jaarbeurs, percebi que eu não tinha a mínima noção da dimensão e que, mesmo com dois dias inteiros, seria impossível falar com todos os proprietários de estandes, explicando a pesquisa, entregando um formulário em papel, e solicitando que respondessem. O fluxo era intenso em todos os momentos, os estandes cheios de compradores com grandes malas de viagem ou caixas de armazenamento com rodinhas, para carregarem suas novas aquisições. Em muitos estandes, era preciso aguardar um bocado para acessar algumas caixas de discos e fazer o garimpo, e o proprietário do estande estava sempre ocupado atendendo os compradores. Nos dois dias de feira, consegui conversar brevemente e receber formulários preenchidos de dezoito comerciantes, o que seria um total fracasso se minha pesquisa estivesse buscando dados quantitativos para uma análise estatística.

Por outro lado, tive acesso a folders e cartões de muitas lojas, e, nesses materiais, além do endereço físico dos estabelecimentos, é comum encontrar o endereço ou perfil nas plataformas digitais. Visitar essa feira permitiu-me entender o que aquele dado que colocava a Holanda no 5º lugar no comércio mundial de discos significava economicamente, tanto pela grandiosidade do evento, pela quantidade de pessoas, como

²⁵³ <https://www.recordplanet.nl/platenbeurs-2015-04.html>

também pelo leilão de um único disco alcançando a marca de €13.000,00 (treze mil euros).



FIGURA 8: MEGA RECORD & CD FAIR, 2015.

As feiras são uma ótima oportunidade para encontrar boas ofertas, mas lojas, feiras e websites ou aplicativos como o Discogs não são os únicos locais de comercialização de vinil para os holandeses.

*Rebel Girl*²⁵⁴

No conjunto de interlocutores, entrevistei Natasja, uma artista visual, produtora musical e DJ. Foi a única interlocutora mulher e a única das entrevistas em que fui convidada à casa da interlocutora. Aponto isso, pois, embora eu não tenha aprofundado reflexões sobre questões de gênero durante a pesquisa, é perceptível que o público que frequenta as lojas de discos é majoritariamente formado por homens, assim como também não encontrei

²⁵⁴ Bikini Kill – Rebel Girl (1993). <https://youtu.be/8yhk7f0ydq4>

referências a mulheres colecionadoras de vinil em praticamente toda a literatura que consultei sobre consumo e coleção de discos de vinil.

Meu contato inicial com Natasja para agendar uma conversa foi pelo chat de Facebook, logo após ela fazer uma publicação a respeito de como ainda as pessoas se surpreendem quando é uma mulher falando sobre música. Na publicação, relatava os comentários que havia recebido após uma discotecagem, de pessoas que diziam que ela desempenhava bem a função de DJ, apesar de ser mulher. Quando a contatei no chat, além de apresentar-me e falar sobre a pesquisa, mencionei que, até o momento, só havia conseguido entrevistar homens, e, sem maiores questionamentos, prontamente se dispôs a ser entrevistada e disse que eu seria bem-vinda em sua casa.

Mais uma vez o aplicativo 9292 foi essencial para que eu conseguisse chegar no apartamento de Natasja, localizado em uma região de Amsterdã que eu não visitava com frequência, próximo à estação Sloterdijk. Enquanto conversávamos, na sala de seu apartamento, Natasja colocava alguns discos de sua coleção para ouvirmos. A coleção ocupava uma parede inteira da sala, e quando perguntei como ela construiu sua coleção, diferentemente das respostas que eu havia obtido até o momento (lojas, feiras e websites especializados), Natasja mencionou que boa parte de sua coleção havia sido adquirida no *Koninginnedag*,²⁵⁵ o feriado holandês que comemora o aniversário da Rainha ou Rei dos Países Baixos. Entre as tradições comemorativas desse dia, se dá o *vrijmarkt* (comércio de rua), no qual o objetivo principal é a prática da atividade comercial, fortemente incentivada também entre as crianças, de forma a relembrar o papel central dos Países Baixos no comércio mundial, e nesse momento, segundo Natasja, é possível encontrar bons discos, pagando pouco.

²⁵⁵ *Koninginnedag* significa Dia da Rainha, mas a partir de 2014, com o início do reinado de Willem-Alexander, feriado passou a ser denominado *Koningsdag* (Dia do Rei).

Já próximo ao final do período de estágio sanduíche, ainda não havia conversado com meu supervisor sobre alguma forma de restituição da pesquisa aos interlocutores. Pensava que a validação do que eu havia escrito a partir do que eles tinham me contado era algo importante, tanto por uma questão de confiança básica para o bom andamento da pesquisa como para que não restasse qualquer erro de interpretação por conta de algum mal-entendido. Nem todas as conversas com os interlocutores foram gravadas, e algumas informações importantes surgiam logo na primeira conversa, ou em algum outro momento em que eu não podia anotar de imediato, como o diálogo que acompanhei entre Jasper e o rapaz que intencionava comprar uma vitrola, ou quando estava atenta ao que Jos me contava e julguei que quebraria o clima se puxasse o gravador e pedisse para ele repetir a história.

Assim, quando tinha algo próximo de um texto final para apresentar ao meu supervisor na Vrije Universiteit, voltei aos interlocutores com uma cópia do texto e pedi que fizessem uma leitura com total liberdade para discordarem do que eu havia escrito. O retorno foi agradável, gostaram do que leram. Enquanto pesquisadora de primeira viagem na interlocução em outro idioma, em outro país, esse retorno validando meu texto foi o melhor resultado que a pesquisa poderia trazer, e parece que foi visto pelos interlocutores como algo positivo também. Digo isso pois, cinco anos após a pesquisa, contatei-os para saber como estavam lidando com o contexto pandêmico, sem muita expectativa que respondessem, afinal, talvez nem lembrassem mais da brasileira que perguntava meio hesitante sobre o que os discos de vinil significavam em suas vidas. Fiz o contato pelos mesmos meios que utilizava para me comunicar em campo com eles, alguns por e-mail, outros por chat de Facebook, e logo recebi como respostas mensagens daquelas que se envia a alguém que se quer bem e que não vê há algum tempo. Mas faz sentido, afinal, pensando a partir de Mary Douglas e Baron

²⁵⁶ Patti Smith – *People have the power* (1988). <https://youtu.be/pPR-HyGj2d0>

Isherwood (2004), os discos de vinil (e objetos em geral) podem ser usados como pontes e constituir relações que, no contexto desta pesquisa, foram muitas vezes mediadas por aplicativos.

Referências

DOUGLAS, Mary; ISHERWOOD, Baron. *O mundo dos bens: para uma antropologia do consumo*. Rio de Janeiro: Ed. UFRJ, 2004.

FERREIRA, D. O prosumo no contexto digital: reflexão teórica. In: VI CONGRESSO DA ASSOCIAÇÃO PORTUGUESA DE ANTROPOLOGIA. Coimbra, 2016. *Livro de Resumos*. Universidade de Coimbra. 2016. p. 43.

FLECK, J. P. S. O colecionador de vinil: um estudo vídeo-etnográfico. *Dissertação* (Mestrado). Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, RS, 2008.

HELLEBRANDT, Luceni. A cultura dos discos de vinil em Amsterdã: vinyl revival e a convergência entre passado e modernidade. In: RIAL, Carmen (Org.) *O poder do lixo: abordagens antropológicas dos resíduos sólidos*. Rio de Janeiro: Associação Brasileira de Antropologia, 2016, p. 175–200.

JONES, Graham. *Last Shop Standing: Whatever happened to record shops?* London: Proper Music Publish, 2014.

LINS, Beatriz Accioly; PARREIRAS, Carolina; FREITAS, Eliane Tânia (Orgs.). Estratégias para pensar o digital. *Cadernos de Campo*, São Paulo, online, v. 29, n. 2., 2020.

HINE, Christine. *Ethnography for the Internet*. Embedded, embodied and everyday. London; New York: Bloomsbury, 2015.

INGOLD, Tim. Jornada ao longo de um caminho de vida: mapas, descobridor-caminho e navegação. *Religião e Sociedade*, Rio de Janeiro, v. 25, n. 1, p. 72–75, jul. 2005.

MILLER, Daniel. *Material Culture and Mass Consumption*. Oxford: Basil Blackwell, 1987.

MILLER, Daniel. *Digital Anthropology*. Serious Science, 24 de agosto de 2017. Disponível em: <http://serious-science.org/digital-anthropology-8688>

MILLER, Daniel; HORST, Heather. (Eds). *Digital Anthropology*. London; New York: Berg, 2012.

OLIVEIRA, Roberto Cardoso de. O trabalho do antropólogo: olhar, ouvir, escrever. *Revista de Antropologia*, São Paulo, USP, v. 39, n. 1, p. 12-37, 1996.

SILVA, Hélio R. S. A situação etnográfica: andar e ver. *Horizontes Antropológicos*, Porto Alegre, ano 15, n. 32, p. 171-188, jul.-dez. 2009.