

# A CULTURA DO DISCO DE VINIL E SEUS EFEITOS NO MERCADO DE CONSUMO DE MÚSICA

Pablo Rodrigo Abrahão<sup>1</sup>, Claudia Parra<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Faculdade de Tecnologia de Ribeirão Preto (FATEC)  
Ribeirão Preto, SP – Brasil

[pablorodrigo73@bol.com.br](mailto:pablorodrigo73@bol.com.br)  
[claudia.parra@fatec.sp.gov.br](mailto:claudia.parra@fatec.sp.gov.br)

**Resumo.** *Mesmo com o domínio inegável do streaming no mercado fonográfico, mais e mais artistas estão decidindo sincronizar os seus lançamentos em vinil com os lançamentos digitais. É visível que a cultura do vinil voltou a se fortalecer nos últimos anos e aponta um cenário promissor para o mercado do consumo de música. Por meio de levantamento de dados desse mercado e de uma bibliografia de críticos da música, este artigo tem como objetivo analisar o cenário do mercado de vinil hoje e apontar uma projeção na forma de comercialização desse artefato musical levando em conta as mudanças ocorridas nas formas de negócio impostas pela inovação tecnológica.*

**Abstract.** *Even with streaming's undeniable dominance in the music business, more and more artists are deciding to sync their vinyl releases with their digital releases. It is clear that the vinyl culture has strengthened again in recent years and points to a promising scenario for the music consumption market. By means of a survey of data from this market and a bibliography of music critics and historians, this article aims to analyze the scenario of the vinyl market today and point out a projection in the form of commercialization of this musical artifact taking into account the changes that have taken place in the forms of business imposed by technological innovation.*

## 1. Introdução

Culturalmente, o disco desempenha um papel de documentar as nuances sociais de uma época e de eternizá-las no imaginário coletivo. Alguns álbuns são verdadeiros documentos históricos, traduzindo em música o sentimento de um determinado artista ou grupo para uma determinada época. Comparado aos livros, alguns gêneros musicais representaram um marco no sentido de revelar pontos de vista que abriram portas e chegaram a modificar a forma de pensar e existir das pessoas. Vide o jazz nos anos de 1950, a músicas produzidas durante a contracultura dos anos de 1960 ou mesmo o niilismo e o “do-it-yourself” do punk no final dos anos de 1970. No Brasil, dentro dessa perspectiva, podem ser citados a bossa nova, que tem seu marco em 58 com o lançamento do álbum “*Chega de Saudade*”, de João Gilberto (TATIT, 2004, p. 49); na Música Popular Brasileira produzida entre 60 e 70, com ênfase nas denominadas canções participante (dos festivais de TV) e nas canções de protesto do Show de Opinião (TATIT, 2004, p. 52-3); e na produção musical do rock brasileiro dos anos de 1980, respectivamente.

Durante o processo de evolução dos discos de vinil, houve uma evolução significativa desse objeto em comparação com os antigos discos de 78 rotações que vinham sendo produzidos desde 1920 (EBC, 2021). Essa inovação trouxe melhoras às gravações e as formas de prensagem. Hoje, o artefato de vinil continua tendo o mesmo formato, no padrão *Long Play*, com 12 polegadas, 31 centímetro de diâmetro, com capacidade de, aproximadamente, 20 minutos de reprodução sonora por lado, tocado na velocidade de 33 1/3 de rotações por minuto. Além disso os vinis são envoltos em capas que contêm as mesmas características e dimensões de quando os primeiros discos começaram a ser comercializados. Estas podem ser objeto de estudo à parte, dado o número imenso de capas que se tornaram referências e, de certa forma, marcaram períodos importantes tanto da indústria fonográfica como do contexto sócio-histórico brasileiro.

Mas não foi apenas o indiscutível avanço técnico que fez do disco em vinil o agente de mudanças revolucionárias: foi sua associação com a nascente sociedade de consumo. 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, porque os discos já eram, como vimos, sociabilidade objetivada. As gerações que cresceram nas décadas de 50, 60 e 70 (a época de ouro dos LPs) basearam suas escolhas existenciais nos discos. Não apreciavam jazz, pop, folk ou rock: *eram* jazz, pop, folk ou rock. As estrelas da música popular tinham autoridade de poetas, carisma de líderes revolucionários e charme de autores de Hollywood. (MAMMI, 2014, p. 7).

Economicamente, o disco detém um papel relevante na chamada indústria cultural, com uma participação significativa e duradoura no mercado de música no país. No Brasil, esse mercado começou a se estruturar no final dos anos de 1960 e começo dos anos de 1970, e representou um importante difusor da música feita no país que acabou por conquistar prestígio em outros países.

Diante disso, este artigo visa analisar o cenário do mercado dos anos recentes até os dias atuais a fim de apontar uma projeção na forma de comercialização desse artefato musical, levando em conta as mudanças ocorridas nas formas de negócio impostas pela inovação tecnológica. Marcia Tosta Dias (2012, p. 1), especialista em indústria fonográfica e cultural e autora do livro *“Os donos da voz: indústria fonográfica brasileira e mundialização da cultura”* (2000), chama a atenção para os surpreendentes caminhos que a música gravada percorreu desde o primeiro registro fonográfico da história do Brasil (o lundu *“Isto é Bom”* de Xisto Paula Bahia, em 1902), e aponta como essas transformações ocorridas na relação existente entre as criações musicais e as possíveis formas de registro desse material são fundamentais para análise de outras questões que estão surgindo no atual contexto de rápida transformação tecnológica e seus impactos na sociedade.

Seja como objeto de coleção, artefato cultural que representa e rememora uma determinada época, ou ainda apenas como uma forma de ouvir música, o *“ressurgimento”* e a presença do disco de vinil no mercado musical dos dias de hoje, mesmo diante da inovação tecnológica oferecida pelas plataformas de streaming musical no que diz respeito à forma de consumir música, são fenômenos dignos de nota na medida que esse mercado, que esteve quase que inativo por um tempo, parece projetar uma ascensão. Sendo assim, esse trabalho se justifica no sentido de propor uma

discussão que averigüe e aponte possíveis tendências desse evento, na medida que constrói um panorama histórico e econômico desse produto do mercado musical.

O trabalho conta com um levantamento de dados e revisão bibliográfica de críticos e estudiosos dos estudos musicais em busca de conceitos, definições e fundamentação teórica para elucidar o debate aqui proposto. Em sincronia com a teoria, são apresentadas informações a partir do conhecimento prévio do autor desse estudo, levando em conta sua relação e vivência de longa data com a cultura e história do vinil, e dados provenientes de pesquisas de órgãos especializados do setor para viabilizar a originalidade e relevância da discussão pretendida no trabalho.

## 2. Um panorama histórico do disco de vinil

Emil Berliner e Peter Carl Goldmark são nomes importantes para a história da indústria fonográfica. O alemão Berliner foi o inventor do gramofone (1887) e dos primeiros discos fonográficos, que foram, sem sombra de dúvida, elementos de revolução para o mercado fonográfico. Para a reprodução dos discos criados até então, que eram artefatos muito mais simples do que os discos (*long-play*) utilizados hoje, Berliner desenvolveu um aparelho provido de um sistema de acionamento mecânico ou regulador de velocidade: o gramofone. Berliner também foi o fundador da gravadora Deutsche Grammophon, em 1898, especializada em música clássica - a mais antiga gravadora ainda em atividade. (EBC, 2021).

Alguns anos mais tarde, por volta de 1930, o húngaro Peter Carl Goldmark, que trabalhava para a Columbia Records, gravadora americana que queria criar discos mais duráveis e com mais músicas, aperfeiçoou o modelo até então existente com a utilização de vinil, material mais maleável e resistente que a goma-laca e que suportava a gravação de sulcos menores e mais precisos. Com isso, o número de linhas no disco aumentou e a rotação diminuiu para 33 RPM. Enquanto o disco de laca quebrava fácil e gravava apenas 4 minutos de música, o de vinil continha mais de 20 – 10 minutos em cada lado. (SUPERINTERESSANTE, 2018).

Surge então o disco de vinil no formato popularizado até hoje, sendo celebrado como um grande avanço para a indústria fonográfica, haja vista que estes eram mais resistentes que seus antecessores e permitiam um maior tempo de gravação com fidelidade sonora. Essa inovação tecnológica, que possibilitava um maior tempo de gravação na mídia física, acabou por difundir o conceito de “álbum musical”.

Este, por sua vez, passa a ser visto como um objeto artístico amplo, que trouxe um conceito mais elaborado proposto pelo artista e não só pela música em si, por meio dos elementos visuais e estética da capa, fotos, encartes e letras. Desta forma as obras produzidas pelos mais variados artistas através do mundo passaram a se constituir como grandes referências dentro e fora do contexto musical.

No ponto de vista de mercado no Brasil, os negócios musicais já estavam presentes desde o século XIX. Neste primeiro momento as “impressoras de música”, que hoje conhecemos como editoras musicais, já dominavam o mercado em larga escala. (LOPES; SIMAS, 2015, p. 149). Lembrado que nesta época era no âmbito doméstico da classe média ou alta, onde por vezes havia um piano, um violão ou outro instrumento musical, que partituras eram executadas para a alegria e entretenimento de toda a família. (LOPES; SIMAS, 2015, p. 149).

O disco veio para democratizar o hábito da escuta musical. Com o advento e a popularização do rádio, e mais tarde da televisão, os artistas brasileiros passaram a conquistar uma grande visibilidade e isso se refletia na venda de discos. Após a crise de 29, o *American Way Of Life*, conceito atribuído a um modelo de comportamento nos EUA, ditou não só no Brasil, mas na maioria dos países ocidentais, os hábitos de consumos dos grandes centros. (BARCINSK, 2015).

A partida da década de 50, o cenário musical brasileiro começa a viver um período de efervescência e grande produtividade que vai contribuir para a evolução e cristalização da música nacional que se conhece hoje. Já no fim dessa década, o Brasil vê surgir a bossa nova e mais tarde a MPB; em 60, há a era dos festivais musicais televisionados, o nascimento da Jovem Guarda e a revolução musical da Tropicália. (TATIT, 2015, p. 52-7). Todos esses acontecimentos contribuíram para o delineamento e consolidação da indústria fonográfica brasileira e do mercado de discos.

Nos anos de 1970, em meio à ditadura e seus anos mais sinistros, a indústria brasileira, que tinha até então uma gama representativa de gravadoras nacionais, vê a instalação, acessão e consolidação das gravadoras estrangeiras no Brasil. Philips, EMI-Odeon, RCA, WEA (selo do grupo Warner Bros que reuniam as gravadoras Warner, Elektra e Atlantic), entre outras, que tomam o mercado de assalto, trazendo para o mercado nacional, à princípio, todo o seu cast internacional para depois lançar os artistas nacionais. (BARCINSK, 2015).

Nestes anos, como prova de que vieram para realmente implantar um conceito de mercado, a gravadora Philips/Polydor chegou a ter no seu elenco todos os ditos grandes artista da música nacional, à exceção de Roberto Carlos que pertencia à gravadora CBS (MIDANI, 2008. p.118).

Outro fator que consolida o mercado brasileiro é a Lei Complementar n.º 4, de 2 de dezembro de 1969 (BRASIL, 2022), conhecida como lei “Disco é Cultura”. Essa lei permitia que o ICMS (Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviços) cobrados dos discos internacionais lançados no mercado interno fosse revertido em investimento na produção de discos de artistas nacionais.

Por último, mas não mesmo importante, o mercado se vale da massificação de um produto fonográfico quase que “tipicamente brasileiro”, a trilha sonora de novelas. Esse produto reúne músicas de vários artistas (nacionais e internacionais), quase sempre uma faixa de sucesso lançada anteriormente, que será executada em horário nobre, durante meses, e que passará, de modo quase inconsciente, a fazer parte da trilha sonora da vida das pessoas. Este tipo de produto terá uma explosão maciça, principalmente com a popularização das novelas e demais programas televisivos.

A vazão de toda a demanda por vinil se dava, basicamente, pelas lojas especializadas na venda deste produto. Em grandes cidades havia redes de lojas para melhor atender a clientela e em algumas, dependendo da localização, a disposição dos displays dos discos obedeciam ao gosto popular. Numa loja do centro, por exemplos, os discos mais populares estavam em lugar de destaque e sempre estavam tocando em auto e bom som para chamar a atenção.

Depois de consolidado dentro dos anos de 1970, o mercado brasileiro terá um crescimento gigantesco dentro da década de 1980, seguindo a tendencia dos demais mercados ao redor do mundo. Com a redemocratização do país começa a surgir um mercado novo, formado por jovens que querem se expressar e firmar suas opiniões e posições, cerceadas até então.

Surge nos grandes centros bandas de rock, influenciadas na sua maioria pelo movimento punk e pós-punk, principalmente das bandas inglesas, que começam a dar forma a um discurso quase que uníssimo de contestação a todos e tudo que estava estabelecido até então.

As gravadoras enxergam neste movimento um potencial mercado e arriscam, já que o investimento, à princípio, era mínimo, e caso não houvesse retorno não haveria muito com o que se preocupar. Acabaram por acertar precisamente e o rock acabou por dar a tônica por quase toda a segunda metade da década.

Um dos seus maiores fenômenos, o grupo RPM, em 1986, chegou a vender com o seu disco Rádio Pirata Ao Vivo mais de 2,2 milhões de cópias, número impensável até então para qualquer artista nacional (ALEXANDRE, 2002. p. 280). Só para se ter uma ideia, na época, para entregar este volume de vinis nas lojas, a fábrica da CBS brasileira teve que acionar as fabricas da Argentina para dar conta da demanda.

Outro mercado novo que se abriu foi o de música voltado às crianças. Durante a década de 1980 foram inúmeros os grupos que se tornaram sucesso de vendas, sempre na casa de milhões. Geralmente esses grupos vinham embalados em um “combo” de programa infantil em rede de televisão aberta, venda das mais variadas mercadorias e músicas de fortíssimo apelo pop compostas para agradar os ouvintes de todas as idades (BARCINSK, 2015).

Além destes novos mercados havia os outros, já consolidados na década passada, como a MBP e o de música popular, denominado pejorativamente de “Brega”. Quase no final da década novos mercados pareciam surgir com o fortalecimento da vertente do “Sertanejo”, modernizada pela inclusão de instrumentos não tradicionais ao estilo e fusão com o estilo Country vindo dos Estados Unidos da América; a nova música vinda da Bahia que no seu início tinha forte influência do samba do recôncavo, do reagee e estilos musicais vindos do Caribe e, por último, o Pagode “modernizado” e romântico. Estes estilos seriam predominantes na década de 1990. (BARCINSK, 2015).

Durante os anos de 1980 os discos de vinis deixaram aos poucos de serem comercializados exclusivamente em lojas especializadas e passaram a ser comercializados também em grandes redes de lojas de departamentos e até em hipermercados, seguimento que começou a se consolidar no final desta década. O CD já existia desde a metade da década de 1980, mas a sua massificação se deu no início da década de 1990. Para o mercado musical brasileiro e mundial essa massificação acabou por trazer dois lados da moeda; se por um lado o CD, por ser uma mídia mais barata de ser produzida, alavancou os lucros e poderes das gravadoras por outro, com a evolução constante da tecnologia, o chamado mercado “pirata” acabou por estremecer os alicerces da indústria como um todo. (BARCINSK, 2015).

Com a massificação do CD, original ou pirata, os discos de vinil foram gradualmente perdendo espaço no mercado. A partir de janeiro de 1996, as vendas de discos vinil começaram a declinar acentuadamente no Brasil em função da estabilização da moeda, o recém-criado Real, que permitiu a população adquirir mídias musicais e aparelhos mais modernos. Nesse mesmo ano, a vendagem de disco de vinil chegou a 1,6 milhão de unidades; já em 1997, a vendagem chegou próximo a zero (UNIVERSO DO VINIL, 2022).

As grandes gravadoras produziram discos de vinil até o final deste ano, restando no Brasil apenas uma gravadora independente na cidade de Belfort Roxo, estado do Rio de Janeiro, a Vinilpress, que veio a falir três anos depois, fazendo o vinil praticamente

sair das prateleiras do varejo fonográfico. (UNIVERSO DO VINIL, 2022).

As lojas especializadas e os demais pontos de comércio destes produtos ainda teve uma vida relativamente ativa por conta da substituição do vinil pelo CD, mas isso não durou muito, devido aos problemas com a pirataria, e a maioria maciça deste tipo de comércio acabou por fechar suas portas. Triste final de uma era.

A vida útil do CD, original ou pirata, com o surgimento do MP3 e outros formatos digitais, por volta dos anos de 2010, também perdeu espaço significativo ficando em segundo plano ou nem isso no cenário nacional e mundial.

No período entre os anos de 1990 e 2010 o consumo de vinil nunca acabou por completo, ficando restrito ao nicho de colecionadores ou DJs, que acabavam recorrendo a sebos ou as últimas lojas especializadas para a aquisição.

### **3. O vinil e a era digital**

Hoje o mercado musical mundial é dominado pelas plataformas de streaming com suas qualidades e defeitos. De certa maneira, é possível dizer que esse formato de “mídia” veio para ficar, muito embora a evolução tecnológica possa nos surpreender a qualquer momento com inovações que hoje podem parecer impensáveis.

Entretanto, já há alguns anos, os vinis, que nunca vivenciaram um fim total, estão voltando gradualmente, mas sempre numa escala ascendente, mesmo que talvez, não retomem o lugar de uma mídia de massa, como foi antes, a fim de competir espaço no mercado com os streamings. O que se vê é cada vez mais o surgimento de colecionadores e apreciadores do som analógico, de todas as idades e dos mais variados estilos e lugares do mundo. Essas pessoas, em sua maioria, percebem que os discos de vinil proporcionam, além de quase sempre música de qualidade e lindos materiais gráficos, pensados para este tipo de mídia, rituais e experiências extremamente marcantes. Artistas da *pop music*, como Rihanna, Beyoncé e Billie Eilish, também têm se aventurado na produção de álbuns, realizando lançamentos em vinil, às vezes em tiragem estritamente limitada, que vendem milhares de cópias em poucas horas.

Depois de serem considerados ultrapassados, como os discos de vinil ressurgiram?

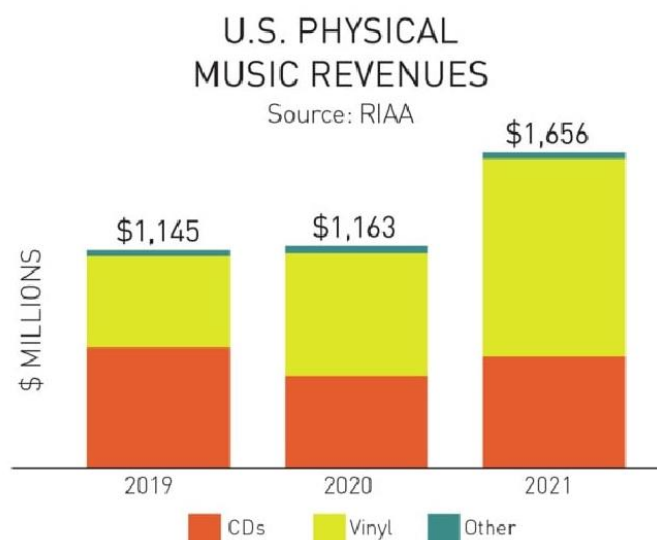
Entre os anos 2006 e 2008 as gravadoras desenvolveram e testaram uma série de produtos. Entre eles o MVI (Musical Video Interactive) que nada mais era de que um DVD repleto de áudio, vídeo e conteúdo interativo; CDs conectados; cartões de álbum digital (cartões físicos com um código de download), o vinil e alguns outros. (UNIVERSO DO VINIL, 2022). De todos os produtos testados nesse período, o vinil foi o pior e apresentou o menor interesse de compra por parte do público. Não atraiu particularmente nenhum segmento importante de compradores e não era visto como um item valioso. Parecia absurda nesse momento a ideia de que a paixão e interesse pelos discos de vinil reascenderia novamente. As lojas físicas estavam se tornando irrelevantes e praticamente sumindo do mercado, principalmente os estabelecimentos que comercializavam discos novos. Havia um fluxo constante de artigos na mídia sobre o fechamento de lojas e fábricas de vinil. A indústria estava empolgada com a música digital. O iTunes estava em seu quarto ano e as vendas do iPod estavam explodindo. O mercado parecia migrar por completo da venda do formato musical físico o digital.

Diante de tal cenário, um dos fatores que provavelmente contribuiu para o ressurgimento e conseqüente aumento da cultura e venda do disco de vinil pode ter sido a criação da Record Store Day. O primeiro Record Store Day, em 2008, teve cerca de 10 lançamentos. Um começo modesto. Já o segundo teve mais de 100 lançamentos. Com a ajuda do Record Store Day, as vendas de vinil cresceram durante os anos subsequentes, com o maior ganho unitário até 2013. (UNIVERSO DO VINIL, 2022). Com isso os selos passaram a ter uma confiança renovada no vinil. De repente, as gravadoras poderiam pensar de 3 a 5 mil cópias de um lançamento em vinil e ter a confiança de que venderia. Suporte de vendas e marketing foram retornado aos poucos. Comunicados de imprensa e mídias sociais começaram a promover o renascimento do formato. O Record Store Day se tornou um grande evento no varejo de música, gerando ramificações em países europeus, Canadá e México. (UNIVERSO DO VINIL, 2022).

As vendas de discos de vinil superaram as vendas de CDs no ano de 2020, fato inédito desde a década de 1980 quando os CDs começaram a ser comercializados. (PRESSE, 2020). Ainda que com a pandemia em 2020 a indústria fonográfica tenha sido afetada, a Associação Americana da Indústria de Gravação destacou que as vendas de discos de vinil nos Estados Unidos dispararam. (PRESSE, 2020).

Segundo uma outra pesquisa realizada pela da Federação Internacional da Indústria Fonográfica (IFPI, na sigla em inglês), houve um aumento de 23,5% no faturamento com a venda de vinil no mundo em 2020. (FAGUNDES, 2021) Já a venda de CD's sofreu uma queda de 11,9% segundo a mesma pesquisa (FAGUNDES, 2021). Em um relatório que copilam as vendas da indústria fonográfica no ano de 2020 há a informação que o faturamento total foi de US\$ 21,6 bilhões, sendo que deste valor US\$ 4,2 bilhões são de músicas em seus formatos físicos como vinil, CD's e fitas cassetes (FAGUNDES, 2021). O restante, ou seja, US\$17,4 bilhões são de venda por meio de streaming e downloads, sendo que este último caiu 15,7% em vendas enquanto o streaming subiu 19,9% (FAGUNDES, 2021).

No primeiro semestre de 2021, de acordo com um relatório divulgado pela divulgado pela Record Industry Association of America (RIAA), as vendas de vinil cresceram nos Estado Unidos da América, maior mercado consumidor de música no mundo, em torno de 94%, quando comparado ao mesmo período de 2020, representando 66% das vendas de mídia em formato físico (FALAVINA, 2021).



**Figura 1. U.S. Physical Music Revenues**  
**Fonte: RIAA, 2021**

Na pesquisa publicada pela empresa de pesquisa e análise MusicWatch (2022), que trabalha em parceria com a indústria americana a pelos mesmos 25 anos, chamada “Revelações sobre a revolução do vinil”, afirmou-se que cerca de 18 milhões de pessoas acima de 13 anos compraram um disco de vinil em 2021, isso significa um aumento de 27% em relação às vendas em 2020.

Este maior interesse do público pelo vinil também começou a movimentar outro mercado: o de venda de componentes de áudio, incluindo a venda de toca-discos. Estima-se que um a cada três proprietários de aparelhos analógicos pretendem, o quanto antes, atualizar seus equipamentos. (MUSICWATCH, 2022). A pesquisa foi realizada nos Estados Unidos da América em parceria com a Recording Industry Association of America (RIAA) e com a Music Business Association, e contou com cerca de 1.400 consumidores entrevistados dos mais variados estilos de vida. Entre os itens que o estudo descobriu em sua pesquisa incluem:

- Entre os consumidores de vinil nos últimos dois anos, 71% compraram discos novos e 67% compraram discos de vinil usados.

- Quase todos os consumidores pesquisados (95%) esperam continuar comprando discos no próximo ano.

- Mais de um em cada três compradores compram vinil há mais de 10 anos, e esses consumidores valorizam a “autenticidade e aconchego” que os discos de vinil oferecem.

- O estudo mostra que os consumidores que começaram a comprar discos mais recentemente apreciam a qualidade do som que o vinil oferece, bem como sua embalagem e arte, que compõem a experiência total do disco de vinil.

- A coleta de discos também é popular com 16% dos compradores comprando discos estritamente para possuí-los, enquanto 21% compram discos para possuir seus LPs e ouvir vinil.

- O MusicWatch também diz que os compradores de vinil também estão utilizando uma variedade de outros formatos de compra de música, incluindo as mais recentes soluções de streaming. (MUSICWATCH, 2022).

Segundo o CEO da RIAA, Mitch Glazier,

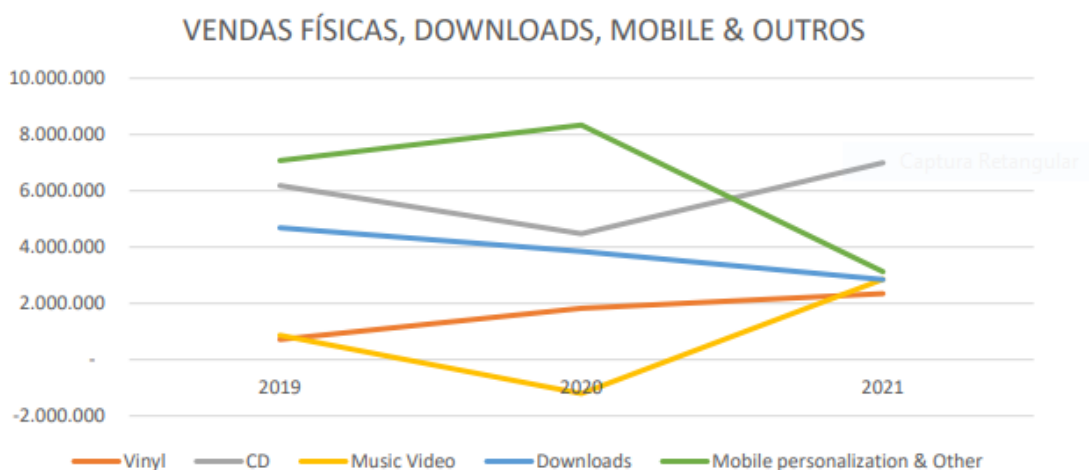
Esta pesquisa histórica conduzida pela MusicWatch ressalta o papel único que os discos de vinil estão desempenhando hoje. O relatório mostra que o vinil ajuda os fãs a apoiar e se conectar com artistas e a música que eles amam, tanto da maneira antiga quanto da nova. (REVISTA NOIZE, 2022).

No Brasil e ao redor do mundo, quem aprecia este tipo de mídia, por conta de todas as questões estéticas e sonoras envolvidas, voltaram a procurá-lo. Na movimentação deste mercado, mundial e nacional, artistas passaram a lançar seus trabalhos recentes ou com conteúdo inédito e exclusivo em vinil, aqui e em outros países clubes de vinil surgiram, fábricas foram reativadas, sebos e lojas especializadas cresceram e um mercado inteiro passou a ser reaquecido.



Não há dados exatos quando se fala em ressurgimento do vinil no Brasil, mas um bom marco para começar foi a reabertura da Polysom no ano de 2009, quando se tornou a única fábrica de discos de vinil em operação em toda a América Latina. Inaugurada em 1999, a fábrica resistiu até 2007, numa época em que a demanda por discos de vinil era baixa antes de fechar. No entanto, reabriu em 2009 no município de Belford Roxo, estado do Rio de Janeiro, e se estabeleceu como o único produtor de discos até 2017, quando o Vinil Brasil abriu em São Paulo. (SCHRANK, 2011). Até hoje, apenas essas duas fábricas operam no território nacional.

Em 2021 o crescimento do mercado no Brasil foi, mais uma vez, majoritariamente influenciado pelas receitas de streaming, que subiram 34,6%, atingindo R\$ 1,8 bilhão, segundo relatório da Pró-Música Brasil (2022). Os valores desta modalidade são responsáveis por 85,6% das receitas totais do setor. Neste período as receitas de vendas físicas representaram apenas 0,6% do total das receitas da indústria fonográfica atingindo R\$ 12,2 milhões. Apesar da pequena representatividade em valores, houve um crescimento de 139,3% em relação a 2020, sendo que desta parcela R\$ 2,3 milhões foram representados pela venda de vinil, um crescimento de 28,1% sobre as vendas do ano de 2020 (PRÓ-MÚSICA BRASIL, 2022).



**Figura 2. Vendas físicas, downloads, mobile & outros**  
Fonte: PRO-MÚSICA, 2022

Neste contexto vários artistas nacionais para o lançamento de seus vinis de inéditas ou de reedições de discos clássicos de seu catálogo recorrem ao sistema de *crowdfunding* ou financiamento coletivo, onde fãs cooperam com valores para, no final, receber no conforto de suas residências um vinil de prensagem exclusiva e de tiragem limitada, o que acaba por inflacionar o produto no mercado caso este seja posto à venda pelo comprador após a aquisição do item.

Outro sistema que está ganhando mais adeptos dentro do mercado nacional é o de clube do vinil. Trata-se de uma assinatura mensal que garante ao assinante a tiragem exclusiva de um vinil de um determinado artista, que por vezes vem prensado em vinil colorido, o que acaba por agregar ainda mais valor ao material adquirido. Os assinantes podem escolher uma assinatura mensal para receber todas as edições em casa, ou uma opção bimestral onde recebem apenas a cada dois títulos. Um número limitado de cópias vendidas individualmente está disponível no início do ciclo de cada edição e

geralmente se esgota em um curto período. Recentemente a gravadora Universal, detentora de um vasto catálogo de artistas, entrou neste mercado.

Os sebos se revigoraram com a redescoberta do vinil. Quem frequenta este tipo de estabelecimento sabe que com paciência e algum investimento é possível se encontrar raridades ainda em bom estado e que podem valer muito a pena.

Já as lojas especializadas, que resistiram bravamente durante todos esses anos, estão constatando um aumento em suas vendas físicas e principalmente pela internet, em suas lojas on-line, mesmo não havendo um levantamento oficial, já que a maioria do mercado é baseado na venda de vinis usados. Segundo apontam lojistas em São Paulo, houve uma demanda em alta de 20% a 30% na pandemia e novas lojas on-line surgiram para suprir este mercado. (BACCARINI, 2021).

Há ainda uma movimentação em grandes centros de feiras especializadas em venda de vinil. Nestas feiras, além da comercialização de vinis, há palestras, exposições e toda uma troca de informação e de experiência entre os frequentadores, que acabam por criar um vínculo e um circuito da cultura do vinil.

#### **4. Considerações Finais**

Em um mercado musical que trabalha para as plataformas digitais onde a música se tornou intangível, o vinil, esse produto que passou a ser comercializado em 1877, tem sido adquirido avidamente não só por colecionadores, mas por um novo público formado nos últimos anos, mostrando que ambos podem e devem coexistirem.

As vendas de vinil tiveram seu nível mais alto em 30 anos e veem acumulando consecutivos aumentos da preferência dos consumidores por este tipo de formato nos últimos anos. As gravadoras tiveram um grande papel nesse ressurgimento do formato, como campanhas com os seus artistas, que incluem lançamentos exclusivos de álbuns, importantes reedições históricas e campanhas no Record Store Day. No Brasil, a Polysom, contribuiu bastante para a continuidade do vinil, regravando pérolas nacionais e internacionais em seu catálogo de artistas dos mais variados gêneros musicais.

É possível afirmar, pelos números crescentes apresentados, que há uma demanda maior que a produção no Brasil e no mundo, uma vez que o número de fabricas parecem insuficientes. Diante deste cenário o vinil parece um produto promissor, considerando que está inserido no mercado musical atual como um agregador de valor ao trabalho dos artistas, entregando ao consumidor algo mais do que só a música em si, mas um produto físico com apelo estético. A comercialização do produto, que nos áureos anos de consumo maciço, tinha seu foco voltado para lojas físicas, encontrou na internet a facilidade de se moldar de acordo com o tipo de público que se quer atender, seja ele voltado para o consumo de vinis novos, usados, de *crowdfunding* ou financiamento coletivo e ou clubes exclusivos. Para tanto, é possível afirmar que o mercado de vinil hoje, levando em conta as tantas mudanças ocorridas nas formas de negócio impostas pela inovação tecnológica e algumas características do comportamento de consumo pós-pandemia, se projeta num formato híbrido, atendendo os consumidores remotamente e presencialmente, mas ainda sim com uma forte tendência para o aumento da comercialização do produto no formato online.

## 5. Referências

- ALEXANDRE, R. (2013) Dias de Luta: O Rock e o Brasil dos anos 80. 2ª edição. Porto Alegre. Arquipélago Editora.
- BACCARINI, M. (2021) Loja on-line de discos de vinil usados aumenta vendas em 30% durante a pandemia. G1. Disponível em: <https://g1.globo.com/economia/pme/pequenas-empresas-grandes-negocios/noticia/2021/05/02/loja-on-line-de-discos-de-vinil-usados-aumenta-vendas-em-30percent-durante-a-pandemia.ghtml>. Acesso em: 01 nov. 2022.
- BARCINSK, A. (2015) Pavões Misteriosos: 1974-1983: A Explosão da Música Pop no Brasil. 1ª edição. São Paulo. Três Estrelas.
- BRASIL (2022). Lei complementar nº 4 de 2 de dezembro de 1969. Brasília. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/lcp/lcp04.htm#:~:text=LEI%20COMPLEMENTAR%20N%C2%BA%204%2C%20DE,mercadorias%2C%20e%20d%C3%A1%20outras%20provid%C3%A2ncias](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/lcp/lcp04.htm#:~:text=LEI%20COMPLEMENTAR%20N%C2%BA%204%2C%20DE,mercadorias%2C%20e%20d%C3%A1%20outras%20provid%C3%A2ncias). Acesso em: 02 nov. 2022.
- EBC – Empresa Brasil de Comunicação. (2021) Há 134 anos, o alemão Emil Berliner obteve a patente do gramofone. Rádio Agência Nacional. Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/radioagencia-nacional/cultura/audio/2021-11/ha-134-anos-o-alemao-emil-berliner-obteve-patente-do-gramofone>. Acesso em: 20 out. 2022.
- FAGUNDES, A. (2021) Vinil em alta: novo relatório mostra aumento das vendas no mundo. Revista NOIZE. Disponível em: <https://noize.com.br/vinil-em-alta-novo-relatorio-mostra-aumento-das-vendas-no-mundo/#1>. Acesso em: 01 nov. 2022.
- FALAVINA, I. (2021) Venda de discos de vinil cresceu 94% no primeiro semestre de 2021. Mundo Conectado. Disponível em: <https://mundoconectado.com.br/noticias/v/20557/venda-de-discos-de-vinil-cresceu-94-no-primeiro-semester-de-2021>. Acesso em: 01 nov. 2022.
- LOPES, N.; SIMAS, L. A. (2015) Dicionário da história social do samba. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira.
- MAMMÌ, L. (2014) A era do disco. Revista Piauí nº 89, fevereiro. Disponível em: <https://piaui.folha.uol.com.br/materia/a-era-do-disco/>. Acesso em: 03 nov. 2022.
- MIDANI, A. (2008) Música, Ídolos e Poder: Do vinil ao download. 1ª edição. Rio de Janeiro. Nova Fronteira.
- MUSICWATCH (2022) Music Acquisition. Disponível em: <https://musicwatchinc.com/research-studies/music-acquisition/>. Acesso em: 01 nov. 2022.
- PRESSE, F. (2020). Vendas de vinil superam as de CDs pela primeira vez desde 1980 nos EUA. G1 Pop e Arte Cinema. Disponível em: <https://g1.globo.com/pop->

arte/noticia/2020/09/11/vendas-de-vinil-superam-as-de-cds-pela-primeira-vez-desde-1980-nos-eua.ghtml. Acesso em: 25 out. 2022.

PRO-MÚSICA BRASIL (2022) Mercado Fonográfico Mundial 2021. Produtores Fonográficos associados. Disponível em: <https://pro-musicabr.org.br/wp-content/uploads/2022/03/Mercado-Brasileiros-em-2021-ProMusicaBR-FINAL.pdf>. Acesso em: 01 nov. 2022.

REVISTA NOIZE. (2022) Venda de vinil cresce em 27% durante a pandemia. Disponível em: <https://noize.com.br/venda-de-vinil-cresce-em-27-durante-a-pandemia/#1>. Acesso em 25 out. 2022.

SCHRANK, J. (2011) O som não pode parar. Áudio, música e tecnologia. Disponível em: <http://www.musitec.com.br/revistas/?c=3838>. Acesso em: Acesso em 25 out. 2022.

SUPERINTERESSANTE (2018) Quem inventou o disco de vinil? Disponível em: <https://super.abril.com.br/coluna/oraculo/quem-inventou-o-disco-de-vinil/>. Acesso em: 25 out. 2022.

TATIT, L. (2004) O século da canção. Cotia: Ateliê Editorial.

UNIVERSO DO VINIL. (2022) História do vinil. Disponível em <https://universodovinil.com.br/tudo-sobre-discos-de-vinil/historia/>. Acesso em: 01 nov. 2022.