

## **A indústria cultural e sua modificação a partir do contexto do Spotify**

Gustavo Brito de Lima<sup>82</sup>

Profa. Ms. Marcella Schneider Faria<sup>83</sup>

### **Resumo:**

Segundo os estudos da Teoria crítica, o iluminismo tinha como projeto livrar os homens do medo e fazer deles senhores de seu destino, começando na Grécia antiga, construindo-se por toda a história ocidental. No entanto, este projeto que iria livrar os homens do dogma místico, nos trouxe o paradigma da razão instrumental, com duas guerras, regimes totalitários e um sistema econômico capitalista, transformando os indivíduos em operários e consumidores. A cultura foi invadida pela difusão em massa de novos estilos de vida divulgados através da televisão, cinema e rádio trazendo a falsa sensação de individualidade e autonomia. Tal arquitetura social comunicativa aos poucos foi se modificando principalmente com o advento da internet e da cultura digital, nele o sistema comunicacional não é organizado somente entre as identidades de emissor x receptor, numa relação vertical, mas sim a partir de uma rede descentralizada e distribuída. Pensando a partir da abordagem da Indústria cultural, este artigo buscou investigar a arquitetura comunicativa das mídias digitais que através do serviço de *streaming*, nesse caso o Spotify, permitem um acesso personalizado às produções musicais e nesse sentido refletir se há insistência dos antigos modelos de controle dos

---

<sup>82</sup> Aluno da graduação em Licenciatura em Filosofia (2018-2021) da Faculdade Paulus de Tecnologia e Comunicação - FAPCOM.

<sup>83</sup> Orientadora desta iniciação científica. Mestre em Ciências da Comunicação pela ECA/USP. Graduada em Comunicação Social pela Universidade Santa Cecília. Professora da FAPCOM.

estilos e da difusão também nessas mídias. Para este estudo foram utilizadas a pesquisa bibliográfica e a observação - utilização do aplicativo Spotify, ao longo do ano de 2019.

**Palavras-chave:** Escola de Frankfurt; Theodor Adorno; Indústria Cultural; Cibercultura; Spotify.

### **1. O conceito de razão instrumental desenvolvido da Escola de Frankfurt**

Dentre as correntes de estudiosos contemporâneas temos a escola de Frankfurt, um grupo de pensadores da primeira metade do século XX, constituindo em sua primeira geração por Theodor Adorno, Max Horkheimer, Walter Benjamin, Erich Fromm e Herbert Marcuse. Segundo Martino (2014), eram pesquisadores independentes, cujo interesses se estendiam à diferentes campos do saber, havendo nesses esforços a intenção de elaborar uma ampla crítica da sociedade.

A primeira geração de frankfurtianos foram em grande parte judeus, por esse motivo os pesquisadores foram exilados do instituto na Alemanha devido a ascensão nazista. Theodor Adorno e Horkheimer foram primeiro à Paris, depois para os Estados Unidos, retornando após o fim da guerra novamente a Frankfurt período no qual as atividades são retomadas.

Historicamente, a teoria crítica identifica-se com o grupo de investigadores que frequentou o Institut für Sozialforschung, de Frankfurt. Fundado em 1923, este Instituto torna-se um centro importante, adquirindo a sua identidade definitiva com a nomeação de Max Horkheimer para seu director. Com o advento do nazismo, o Instituto (conhecido, na época, como Escola de Frankfurt) é obrigado a fechar e os seus representantes principais emigram, primeiro para Paris, depois

para várias universidades americanas e, finalmente, para o Institute of Social Research, em Nova Iorque. Reaberto em 1950, retoma a sua actividade de estudo e pesquisa, prosseguindo na atitude teórica que o tinha distinguido desde o início e que motivara a sua originalidade, isto é, na tentativa de fundir o comportamento crítico nos confrontos com a ciência e a cultura com a proposta política de uma reorganização racional da sociedade, de modo a superar a crise da razão. (WOLF, 2000, p. 34)

É neste contexto que se desenvolve o pensamento de Adorno (ADORNO; HORKHEIMER, 2006) a respeito da sociedade de massa, observando, em sentido contrário às teorias administrativas da comunicação, a fragmentação do conhecimento presente na idade contemporânea decorrente do aparecimento do capitalismo moderno e dos meios de comunicação de massa. A investigação da totalidade da sociedade e suas inter-relações faz da teoria crítica, por muito tempo, fonte para estudos em comunicação, filosofia, sociologia e psicologia tendo como linha central a teoria marxiana.

Apesar do leque de assuntos abordados pelos frankfurtianos, neste artigo, nosso foco irá recair sobre a teoria da Indústria Cultural desenvolvida por Theodor Adorno e Max Horkheimer (2006). No livro “A Dialética do Esclarecimento” os autores investigam os caminhos culturais, econômicos, científicos e filosóficos que levaram à sociedade de massa, uma sociedade, sensivelmente falando, “embrutecida” e banhada por um tipo de racionalidade instrumental. Vemos isso desde o primeiro capítulo, nomeado “o conceito de Iluminismo”, no qual temos a seguinte ideia: “Desde de sempre, o iluminismo, no sentido mais abrangente de um pensar que faz progressos, perseguiu o objetivo de livrar os homens do medo e de fazer deles senhores (ADORNO; HORKHEIMER, 1974, p. 97)”.

Podemos pensar o conceito de iluminismo, a partir do chamado século das luzes na Europa, todavia, Adorno e Horkheimer evidenciam já na Antiguidade a presença dos valores iluministas provindos na Odisseia de Homero (ADORNO; HORKHEIMER, 1974), na Grécia Antiga, na qual Ulisses para salvar seus homens dos encantos das sereias, utiliza-se de ferramentas racionais, para seus tripulantes não caírem na tentação do canto da sereia, tendo somente o trabalho de remar e olhar para frente.

O caminho da civilização era o da obediência e do trabalho. [...] O pensamento de Ulisses, igualmente hostil à sua própria morte e à sua própria felicidade, sabe disso. Ele conhece apenas duas possibilidades de escapar (isto é das sereias). Uma é a que ele prescreve aos companheiros. Ele tapa seus ouvidos com cera e obriga-os a remar com todas as forças de seus músculos. Quem quiser vencer a provação não deve dar ouvidos ao chamado sedutor do irrecuperável e só o alcançará se conseguir não ouvi-lo. Disso a civilização sempre cuidou. Alertas e concentrados, os trabalhadores têm de olhar para a frente e esquecer o que foi posto de lado. (ADORNO; HORKHEIMER, 1974, p.118)

Vemos que ao trazer a história de Ulysses, os autores atentam para um tipo de valorização da razão unilateral em detrimento aos sentidos. Além de servir como meio para o ser humano não cair no misticismo, a razão tem que servir a dominação da natureza, seguindo a linha da razão instrumentalista, que acabou por fortalecer um tipo de trabalho industrial, em série. A partir de Francis Bacon, qualquer forma de conhecimento sobre mitologia, deveria ser eliminado e a investigação sobre o mundo deveria servir unicamente para domínio da natureza, na passagem CXXI do Novo Organum (BACON, 2002), podemos ver de modo explícito:

É que muitas das coisas da nossa história [...] buscamos apenas os experimentos lucíferos e não os experimentos frutíferos, tomando por exemplo a criação divina que, como temos reiterado, no primeiro dia produziu unicamente a luz, a ela dedicando todo um dia, não se aplicando nesse dia a nenhuma obra material. [...] os raios dispersos da própria luz, se não convergentes, não produzem benefício. [...] Enfim, a propósito do desprezo que se vota, na história natural, às coisas vulgares, vis ou muito sutis ou de nenhuma utilidade, em sua

origem, são como oraculares as palavras de uma pobre mulher, dirigidas a um príncipe arrogante, que rejeitara sua petição por ser indigna de sua majestade: “Deixa, pois, de ser rei”. Pois é absolutamente certo que ninguém que deixe de levar em conta essas coisas, por ínfimas e insignificantes que sejam, conseguirá e poderá exercer domínio sobre a natureza. (BACON, 2002, p. 67).

O conhecimento aqui deve ser pensado de maneira prática, não podendo ocorrer o estudo pelo mero estudo, mas o estudo para a dominação, o estudo para a manipulação da natureza.

As múltiplas coisas que, segundo Bacon, ele ainda encerra nada mais são do que instrumentos: o rádio, que é a imprensa sublimada; o avião de caça, que é uma artilharia mais eficaz; o controle remoto, que é uma bússola mais confiável. O que os homens querem aprender da natureza é como empregá-la para dominar completamente a ela e aos homens. (ADORNO; HORKHEIMER, 1974, p. 98)

Vemos nesse trecho que os autores refletem sobre o uso de instrumentos técnicos como forma de dominação de outros homens e culturas, funcionando como um engodo para apoiar a nova estrutura de funcionamento social burguesa, na qual o progresso se tornou um valor “comum”, “democrático”, quando na verdade, favoreceria o lucro de poucos.

Além da filosofia baconiana ser alvo de duras críticas de Adorno e Horkheimer, também o positivismo do século XIX, indo até meados da primeira guerra mundial (REALE, 1991, p. 295). Na época, do positivismo a Europa estava passando pela segunda revolução industrial, havendo uma confiança desenfreada no progresso do espírito humano, que logo mostraria suas falhas, como Adorno e Horkheimer pontuam:

O positivismo lógico [...] O fato de que insistem na ratio de uma maneira ainda mais decidida que o positivismo tem o sentido secreto de liberar de seu invólucro

a utopia contida, como no conceito kantiano de razão, em toda grande filosofia: a utopia de uma humanidade que, não sendo mais desfigurada, não precisa mais de desfigurar o que quer que seja. Proclamando a identidade da dominação e da razão, as doutrinas sem compaixão são mais misericordiosas que as doutrinas dos lacaios morais da burguesia. (ADORNO; HORKHEIMER, 2006, p. 98)

Um dos principais expoentes do positivismo francês e da sociologia foi Augusto Comte (1798-1857), que depositou total confiança na método científico, na razão humana, no progresso da civilização e sua evolução histórica da sociedade. Comte elaborou uma teoria sobre os diferentes estágios da sociedade, seriam três: **o religioso**, em que a humanidade ficou presa em concepções místicas (tais como a mitologia grega), vendo o mundo de forma mágica e ingênua; **o metafísico**, o processo de transição, a humanidade não se encontra presa somente a concepções místicas, mas pensa metafisicamente, ainda querendo saber sobre as essências dos objetos; **o positivo ou científico**, no qual a sociedade moderna chegou, constando que não é capaz de pensar em metafisicamente, por conseguinte, começou a pensar em problemas científicos concretos (REALE, 1991).

De Homero à filosofia inglesa de Francis Bacon e em Comte, este modo de razão instrumental foi constituído no âmbito do pensamento do Ocidente, a razão que iria livrar o homem de todos os perigos da vida na natureza e o tornar senhor de si próprio sem a amarra dos mitos e dos Deuses, acaba por se tornar um outro dogma, o dogma racional, em que vimos acontecer o nazismo, duas guerras mundiais, capitalismo.

## **2. Sobre a indústria cultural: O esclarecimento como mistificação das massas**

Dando continuidade às reflexões dialéticas acerca do esclarecimento os autores pontuam que a perpetuação da razão instrumental desenvolvida no capitalismo burguês desenvolveu a indústria cultural. Antes do advento da revolução industrial, a arte

contemplativa, estava restrita a uma pequena parte da aristocracia, porém após a revolução, este cenário mudou, a arte, passa a ser acessível as massas. Dando a falsa sensação de pluralidade, ascensão social e liberdade, porém, toda esta arte está submetida a uma lógica capitalista, como moeda de troca, constituindo um grande sistema.

Na opinião dos sociólogos, a perda do apoio que a religião objetiva fornecia, a dissolução dos últimos resíduos pré-capitalistas, a diferenciação técnica e social e a extrema especialização levaram a um caos cultural. Ora, essa opinião encontra a cada dia um novo desmentido. Pois a cultura contemporânea confere a tudo um ar de semelhança. O cinema, o rádio e as revistas constituem um sistema. Cada setor é coerente em si mesmo e todos o são em conjunto. Até mesmo as manifestações estéticas de tendências políticas opostas entoam o mesmo louvor do ritmo de aço. (ADORNO; HORKHEIMER, 2006, p. 17)

As adaptações feitas pela indústria cultural mostram este processo, grandes obra da literatura como o Grande Sertão Veredas, Romeu e Julieta, Eurípedes, dentre muitas que podemos citar, são adaptadas de maneira padronizada, de modo que a Divina Comédia de Dante, seja pensada do mesmo modo que o especial de Roberto Carlos na Rede Globo, tudo em favor da perpetuação dos sistemas capitalistas. “A padronização e a produção em série, sacrificando o que fazia a diferença entre a lógica da obra e a do sistema social.” (ADORNO; HORKHEIMER, 2006, p.100)

Devemos perceber que Adorno não critica por exemplo a televisão, o rádio, a técnica em si, todavia, o que podemos evidenciar é que estas são utilizadas em favor de um sistema, um sistema autoritário que não permite a livre e consciente interação.

Isso, porém, não deve ser atribuído a uma lei evolutiva da técnica enquanto tal, mas à sua função na economia atual. A necessidade que talvez pudesse escapar ao controle central já é recalcada pelo controle da consciência individual. A passagem do telefone ao rádio separou claramente os papéis. Liberal, o telefone permitia que os participantes ainda desempenham o papel do sujeito.

Democrático, o rádio transforma-os a todos igualmente em ouvintes, para entregá-los autoritariamente aos programas, iguais uns aos outros, das diferentes estações. Não se desenvolveu qualquer dispositivo de réplica e as emissões privadas são submetidas ao controle. (ADORNO; HORKHEIMER, 2006, p. 100)

Novos artistas são recrutados pela indústria cultural pelos caças talentos, reality show tais como o The Voice Brasil, Big Brother Brasil, Ídolos cumprem perfeitamente sua função de fazer o sistema nunca parar, sempre tendo novas e novas temporadas, de modo que sempre temos reprodução em massa, criando o sonho de que é possível ser famoso e estar neste sistema.

Os talentos já pertencem à indústria muito antes de serem apresentados por ela: de outro modo não se integrariam tão fervorosamente. A atitude do público que, pretensamente e de fato, favorece o sistema da indústria cultural é uma parte do sistema, não sua desculpa. Quando um ramo artístico segue a mesma receita usada por outro muito afastado dele quanto aos recursos e ao conteúdo; quando, finalmente, os conflitos dramáticos das novelas radiofônicas tornam-se o exemplo pedagógico para a solução de dificuldades técnicas. (ADORNO; HORKHEIMER, 2006, p. 100)

## **2.1 A indústria cultural no Brasil, entre a TV e produção musical**

Para haver indústria cultural é necessário aparelhagem para reproduzir conteúdo de um emissor para vários receptores, que neste caso são as grandes massas, o primeiro modo de reprodução de som inventado, pelo o que sabemos, foi o fonógrafo de Thomas Edison em 1877 nos Estados Unidos. “A história da indústria fonográfica é basicamente uma história de entretenimento musical baseado em discos fonográficos, desde 1877, quando o fonógrafo foi inventado” (LANNES, 2007, P. 27).

Em 1897 no Brasil as Casas Edison se tornam a primeira vendedora de fonógrafo no país, sendo que apenas cinco anos mais tarde vendem o primeiro vinil, “Isto é bom, do



cantor Baiano”. Seguindo este período, houve um ascensão da indústria cultural fonográfica no Brasil, com a chegada de diversas gravadoras internacionais (Columbia, Universal Victor Talking Machine Company) e nacionais.

A implantação do Plano Cruzado, em 1986, promoveu uma retomada do crescimento das vendas de discos. [...] O ano de 1992 registra a venda de 34 milhões de aparelhos de suporte para música gravada – CDs, cassetes e LPs – , número que seria duplicado em 1995, quando foram comercializadas 75 milhões de unidades. [...] o domínio dos canais de distribuição, que efetivamente colocam as músicas na mídia e no mercado, ainda é uma primazia das multinacionais. (DELMIRO, 2001, pág. 7)

Mesmo com o poder das multinacionais, temos o destaque de uma gravadora nacional, a Som Livre que além de ser gravadora, tinha também influencia na televisão, que foi um forte de modo de perpetuação da indústria cultural em todos os âmbitos.

A TV Globo procedeu como uma das maiores influenciadoras da indústria cultural brasileira nas décadas de 1970-1980, nas suas telenovelas e nos clipes do Fantástico, eram ditados os costumes artísticos à época. “A partir da telenovela “O Cafona” de 1971, com trilha-sonora lançada pela recém-fundada SIGLA-Som Livre (gravadora do Grupo Globo) é lançado o primeiro disco desta espécie (DELMIRO, 2001, p.7)”.

No início da década de 1970, 60% das famílias possuíam algum produto que fosse capaz de receber os conteúdos da indústria fonográfica, rádio, vitrola ou televisão, o último foi de suma importância para a ampliação do poder da indústria cultural. (DELMIRO, 2001, p.7)

“O poder cultural da TV Globo foi tão influenciador, que em 1979, a canção gravada por Elis Regina exibida no Fantástico<sup>84</sup>, ficou conhecida como “O Bêbado e a equilibrista” que, na voz de Elis Regina, tornou-se o hino da Anistia” (MELITO 2014 apud SILVA, 2016, pg. 2). Podemos ver o grande poder que as Organizações Globo, que enquanto sistema cumpria com êxito o programa da massificação cultural.

Sucesso na década de 1980, Evandro Mesquita da banda Blitz, disse ao site Memória Globo que depois da divulgação da música “Você não soube me amar” no clipe dominical do Fantástico, a música recebeu uma aceitação melhor<sup>85</sup>. Barão Vermelho, Clara Nunes, Chico Buarque, Caetano Veloso, Djavan, Elis Regina, Gal Costa, Gilberto Gil, Legião Urbana, Maria Bethânia, Milton Nascimento, Roberto Carlos dentre tantos outros grandes sucessos da década de 1970-1980 tiveram pelo menos um clipe no Fantástico ou algum show produzido pela própria emissora. Ela, entre outras emissoras, representavam as grandes difusoras das expressões culturais de uma época em que a arquitetura da comunicação era marcada pela relação E (curador/dono dos meios) – R (massa).

### **3. A cultura digital**

A cultura digital é marcada por condições técnicas e comunicativas diferente da época do desenvolvimento das teorias da comunicação de massa. Há uma integração entre telecomunicação, informática e entretenimento, possibilitando uma ampliação do acesso personalizado. O modelo massivo da indústria cultural, passa a sofrer alterações desde a criação e barateamento de novas mídias, como o *walkman* ou a câmera de vídeo portátil, integrando, segundo Santaella (2004) a época da “cultura das mídias” (anos

---

<sup>84</sup> Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=mcYCP1nEdUA> Acesso 29 de fev. de 2020

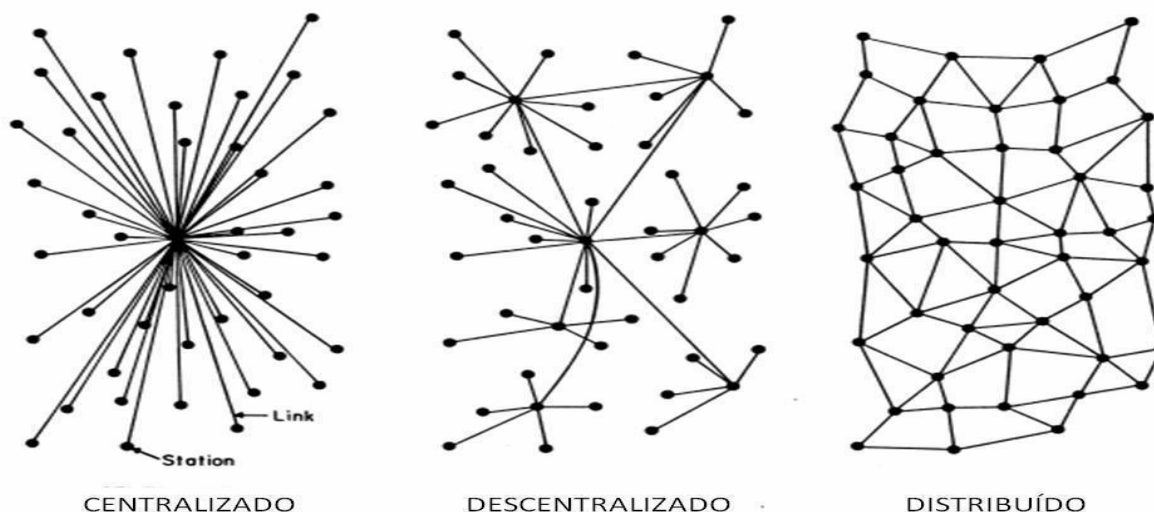
<sup>85</sup> Disponível em: <http://memoriaglobo.globo.com/programas/jornalismo/telejornais-e-programas/fantastico/fantastico-musicais-e-videoclipes.htm> Acesso 29 de fev. de 2020

1980), em que a disponibilidade dos meios modifica a relação entre emissor e receptor. O local e a hora em que o receptor consome não é mais estática, mas sim personalizada. Com isso, a partir da década de 1990 a estrutura da indústria cultural começa a ser alterada, o poder dos conglomerados de comunicação que detinham as grandes gravadoras (ou *majors*) que centralizavam a difusão e a curadoria da produção aos poucos começa a enfraquecer com os primeiros passos da cultura digital, possibilitando o surgimento de novos modos de comunicação mediados pela computação e a internet baseadas em redes não hierarquizadas

Redes [...] podem ser entendidas como um tipo de relação entre seres humanos pautada pela flexibilidade de sua estrutura e pela dinâmicas entre seus participantes. [...] Entre outros elementos, redes são definidas por seu caráter horizontal, desprovido de uma hierarquia rígida. (MARTINO, 2014, p. 55)

Dentre o vasto leque de teorias sobre redes, podemos destacar a teoria de Paul Baran, que demonstra três arquiteturas de interações presentes nas redes: Centralizada, descentralizada e distribuída. Na rede centralizada, um nó envia informações para outros nós, que herdaram passivamente a informação; na rede descentralizada, todos os nós podem enviar conteúdos, porém caso haja o rompimento de um nó, os outros podem ter a conexão cessada; no entanto, na rede distribuída, cada nó tem conexão com todos os outros e caso tenhamos um rompimento entre eles, não há quebra de informações, porque um nó manda mensagem para outro, conforme esquema demonstrado por Martino (2014):

Figura 1: Arquiteturas de redes



Fonte: MARTINO, 2014, p. 64.

Tais configurações de rede nos trouxeram a distribuição e o compartilhamento de informações e produtos culturais, baseados não apenas na relação emissor x receptor, num fluxo unidirecional, aparecem as rede distribuídas complexas que constituem um sistema ecológico.

Neste sentido o termo ecologia não é somente utilizado no campo da biologia, que segundo Ernst (1866, p. 286 apud SANTAELLA, 2010, p.14) significa “ciências das relações entre organismo e o mundo em que o rodeia”, a metáfora ecológica passou a integrar uma visão filosófica, antropológica, sociológica, ecolinguística, estética, mental, psicológica, ecossemiótica e a comunicativa (SANTAELLA, 2010, p.14) que deve ser entendida pelo amplo contexto das novas formas de produção midiática, caracterizadas pelo advento do aparato digital no século XXI.

Há cinco elementos que definem uma ecologia da comunicação: sistema, diversidade, coevolução, espécies angulares, localidade. Pellegrino (2008, p. 81 apud SANTAELLA,

2010, p. 17) destaca que a convergência não tem haver somente com concentração e variedade de funções, mas com uma ampla diversidade e inovação na comunicação do século XXI. Há mídias digitais formando esta ampla ecologia comunicativa. Em sentido contrário do contexto da Teoria Crítica na qual a sociedade dispunha de poucos meios de comunicação, nos primórdios da televisão.

Quando é introduzida uma nova tecnologia na comunicação social, ela não substitui nenhuma outra, somente remodela os modos de pensar das mídias já existentes, como com a Televisão, não houve uma substituição do cinema, rádio, teatro. O que ocorre é uma mutação da técnica. Nas smart tvs não se usa somente o conteúdo da Televisão, mas dos novos aplicativos de conteúdos de entretenimento como Netflix, Youtube, acesso à internet, entre outras ações.

Um marco desta mudança na relação comunicativa entre meios e receptores, se deu contra o poder dos monopólios das *majors*, com a criação do Napster em 1999, que permitia o compartilhamento de músicas digitais em formato P2P (peer-to-peer)<sup>86</sup>, se nos anos anteriores estávamos fadados a escutar música somente pelo rádio, pelos programas televisivos ou comprando discos “escolhidos” pelo grandes produtores, com o napster o download de músicas permitiu uma mutação na forma de lidar com os álbuns, não era mais preciso escutar o álbum todo, mas somente as músicas preferidas intercalando com outras músicas dos mais variados gêneros.

Devidos à processos por parte das gravadoras a respeito dos direitos autorais e prejuízos, o Napster saiu do ar em 2001, voltando em 2003 engrenado na própria lógica da indústria fonográfica, com os direitos autorais legalizados, fortalecendo um movimento

---

<sup>86</sup> Ponto a ponto.

de combate ao compartilhamento de música ilegal, denominado pelas *majors* como pirataria.

Em 2011, com a aquisição da Rhapsody, o Napster foi encerrado mais uma vez. Mas em junho de 2013 reestreou como um serviço de streaming musical pago. Atualmente o serviço está em parceria com a empresa de telefonia Vivo e no site do Terra. (JUNIOR, 2018, p. 59)

Apesar de não estar mais em sua forma primária, o legado do Napster permanece. Em diversos sites é possível fazer *download* de músicas por acesso simples através de uma rápida pesquisa no Google, os sites extraem vídeos do YouTube e são convertidos em formato MP3 ou em formato de vídeo MP4.

Um dos modos de combate aos downloads que a nova lógica da indústria cultural elaborou foi a transmissão por *streaming*, que em resumo é um novo modo de disponibilizar produtos, que acaba por incentivar a produção do artista facilitando a entrada no mercado, sem toda aquela arquitetura característica dos meios tradicionais, com uma programação fixa, tendo horário específico para assistir determinado programa, como um domingo à tarde por exemplo.

O streaming remete a um fluxo de dados e conteúdos diversos como vídeos, músicas e jogos consumidos online sem a necessidade do download. (...) o streaming será considerado como o resultado de transformações tecnológicas nos anos 1990, tendo a internet como grande impulsionadora, ainda que, naquela década, ver vídeos ou ouvir músicas online era algo muito raro diante das limitações dos serviços de internet que eram oferecidos. Nos anos seguintes, o streaming começou a ser frequente graças ao desenvolvimento da internet, que se tornou mais rápida e acessível, e da expansão dos dispositivos móveis de recepção como os smartphones. (JUNIOR, 2018, p. 59)

O próprio Youtube em princípio foi arquitetado com o propósito de ser um *streaming de vídeos*, posteriormente sendo comprado pela Google<sup>87</sup>, tornando-se posteriormente um *streaming* também para armazenamento de músicas, e em 2018 desenvolveu o YouTube Músic<sup>88</sup>. As mudanças pontuadas até aqui, sobre a cultura digital sinalizam inclusive uma mudança de nomenclatura, o receptor passa a ser usuário dos recursos de comunicação, as modalidades de compartilhamento, o acesso personalizado criaram uma dinâmica interativa, participativa, como esclarece Jenkins (2012) sobre a expansão da cultura da convergência. Houve um impulso social, alternativo e mercadológico para que os passivos receptores se tornassem consumidores e usuários dinâmicos.

#### 4. O Spotify

Dentre os quatro serviços de *streamings* de música mais utilizados no Brasil estão: Deezer, Spotify, Google Play Store e Apple Music, escolhemos o Spotify por ser dos citados o mais conhecido, com maior acervo musical e referencial teórico (em maioria retirado de artigos). O Spotify foi fundado na Suécia em 2008 pela Startup Spotify AB, e em apenas dois anos, fidelizou um público de poucos mais de 10 milhões de usuários, tornando-se um referencial na área de música na nova lógica da indústria cultural fonográfica, que percebeu um modo eficaz de combate à pirataria, auxiliando mais artistas a divulgarem seus trabalhos de forma que consigam ter retorno financeiro e um alcance maior de pessoas em menor tempo. (SANTOS, 2016, p. 2)

O Spotify está disponível nas plataformas digitais através dos smartphones e tablets, no Android pelo Google Play Store, no IOS pela Apple Store e Windows Phone pela loja

---

<sup>87</sup> Disponível em: <http://tecnologia.terra.com.br/noticias/0,,OI1182065-EI12884,00-Google+confirma+compra+do+YouTube+por+US+bi.html> Acesso: 29 de fev de 2020.

<sup>88</sup> Disponível em: [https://play.google.com/store/apps/details?id=com.google.android.apps.youtube.music&hl=pt\\_BR](https://play.google.com/store/apps/details?id=com.google.android.apps.youtube.music&hl=pt_BR) Acesso: 22 de set de 2019.

Microsoft Store. Nos computadores pelo site <https://www.spotify.com/br/>, também já vem vinculado nas Smarts Tvs, que evidenciam neste ponto, a cultura da convergência (outra característica da cultura digital), a televisão que foi arquitetada para ser usada unicamente como receptora de conteúdos passíveis, podendo no máximo de interação, trocar de canais, se torna um meio convergente acumulando outras funções.

A TV digital, ainda é TV, mas outros recursos a ela se acrescentam, preenchendo novas funções para o usuário até o ponto de ser interativa e, até mesmo, poder ser assistida nas telas em miniaturas dos celulares. (SANTAELLA, 2010, p.16)

As funcionalidades disponíveis no Spotify são simples, mesmo para aquela pessoa que não tenha domínio sobre tecnologia consiga usufruir do serviço, investindo em interfaces simples, compondo-se em dois modos de assinatura.

1) Assinatura Gratuita: efetuando o cadastro com alguns dados simples como e-mail, nome de usuário e senha ou conseguindo logar pelo Facebook. A assinatura gratuita, como próprio nome diz, é isenta de taxa, o usuário pode utilizar os serviços do Spotify de maneira livre, porém não integral, o que implica em não ter a disponibilidade de escutar música offline, nem de pular mais que cinco faixas por hora nos dispositivos móveis (utilizando pela web esta função está disponível). Essa modalidade de consumo do serviço inclui publicidade de terceiros e sobre o próprio Spotify <sup>89</sup>.

2) Assinatura Tarifada - pode ser: Comum, universitária e familiar. Na assinatura paga, ao contrário, estão disponíveis todos os serviços, havendo três tipos de assinatura. Comum com cobrança de R\$ 16,90/mês, Universitária com cobrança de R\$ 8,60/mês e

---

<sup>89</sup> Disponível em: <https://www.spotify.com/br/legal/end-user-agreement/> Acesso: 22 de set de 2019.



familiar com a taxa de R\$ 26,90/mês, esta modalidade inclui até cinco contas de outros membros. e nas outras duas somente uma. Havendo três formas de pagamento, assinatura pelo cartão de crédito e débito, (bandeiras Mastercard, Cielo, Visa e American Express) pagamento via boleto e cartão pré pago que pode ser comprado em bancas de jornais ou supermercados.<sup>90</sup>

As taxas do Spotify, são de preço popular, comparando com um álbum físico do Luan Santana, um dos artistas mais consumidos no Spotify que é o caso do sertanejo universitário, um de seus álbuns físicos está na faixa de preço de R\$ 10,00 à R\$ 40,00 no site da Americanas<sup>91</sup>, com este valor posso fazer a assinatura familiar e usufruir não só de um álbum do Luan Santana em uma determinada ordem, mas toda a sua discografia e novos lançamentos e até mesmo outros artistas e outros gêneros.

Seu modelo de negócio é baseado em uma experiência de consumo de conteúdos digitais que substitui a lógica da compra de um disco pelo acesso a uma grande quantidade de fonogramas hospedados nas redes digitais, permitindo que seu desfrute possa ser realizado sem que se precise baixar, arquivar e organizar esse conteúdo em dispositivos individuais. (KISCHINHEVSKY; VICENTE; DE MARCHIK. 2005, p. 303 apud SANTOS, 2016, p.16).

Nessa infinidade de músicas, é possível criar diversas *playlists* (lista de músicas), sobre diversos autores, numa mesma playlist posso passar de Maria Bethânia à Beyoncé, ou de Beatles à Clara Nunes, em poucos segundos, sem toda aquela necessidade de troca

---

<sup>90</sup>Disponível em [https://www.spotify.com/br/premium/?utm\\_source=br-pt\\_brand\\_contextual\\_text&utm\\_medium=paidsearch&utm\\_campaign=alwayson\\_latam\\_br\\_premiumbusiness\\_highs\\_ubintent\\_brand+contextual+text+exact+br-pt+google&gclid=EAIaIQobChMI8aO8fDI5AIVAwRCh1B5AR0EAAYASADEgLYK\\_D\\_BwE&gclsrc=aw.ds](https://www.spotify.com/br/premium/?utm_source=br-pt_brand_contextual_text&utm_medium=paidsearch&utm_campaign=alwayson_latam_br_premiumbusiness_highs_ubintent_brand+contextual+text+exact+br-pt+google&gclid=EAIaIQobChMI8aO8fDI5AIVAwRCh1B5AR0EAAYASADEgLYK_D_BwE&gclsrc=aw.ds)  
Acesso: 22 de set de 2019.

<sup>91</sup> Disponível em: <https://www.americanas.com.br/busca/cd-luan-santana> Acesso: 28 de out. de 2019.

de disco ou no caso digital sem precisar efetuar download e armazenamento no próprio dispositivo, que muitas vezes pode ser corrompido ou perdido, tendo assim o armazenamento em nuvem (outra arquitetura importante para a expansão das mídias digitais).

Dentre as playlists possíveis no Spotify, uma pessoa pode criar sua própria playlist a partir de suas necessidades, seu estilo, compartilhar essas playlist com qualquer usuário, que pode segui-la ou deixar de modo secreto de modo que só usuário a ouça.

Além das playlist feitas pelo usuários, o próprio sistema do Spotify também cria listas de músicas dos mais variados gêneros ou ainda as divide por momentos/ “estado de espírito”, tais como “O melhor do artista”; “Feito para você”; “Não deixe a música parar”; “A rádio do artista”; “Músicas para dormir, trabalhar, estudar, viajar”. O Spotify ainda organiza listas a partir das “mais populares” de cada gênero como: Pop UP, Funk Hits, Esquenta Sertanejo e os TOPS 50 Brasil e Global que trazem as músicas mais ouvidas no período, sendo continuamente atualizadas<sup>92</sup>.

As playlist feitas pelo Spotify evidenciam a Indústria Cultural, o modo de colocar as músicas mais tocadas de cada gênero, é em parte um modo de perpetuação da cultura de massa. A organização por quantificação sugerem a manutenção de tais valores, independente da forma de acesso personalizada e interativa. Os gêneros musicais mais famosos no momentos, no Brasil, são deep funk carioca, sertanejo universitário e pop internacional e nacional aparecem no “TOP 50 Brasil” com a predominância dos três estilos, analisando no dia 30 de outubro de 2019, menos de 5% das músicas não são

---

<sup>92</sup> Disponível em: <https://open.spotify.com/playlist/37i9dQZEVXbMXbN3EUUhlg> Acesso em 30 de out. de 2020.

enquadradas nos gêneros citados acima sendo Pupilo de Anavítória, Gelo da Banda Melim (MPB), Amante de Xand do Avião (forró) e Sei Lá de Projota (RAP)<sup>93</sup>.

O gênero pop americano ou de língua inglesa domina grande parte do mercado global, enquanto outros gêneros locais incorporam outras fatias de mercado. No Brasil, grande parte do mercado restante é absorvida pelo sertanejo universitário que possui grande apelo mercadológico e espaço nas mídias tradicionais. (MELO, 2018, p. 12)

Podemos ver ainda nesse processo que a indústria cultural não foi extinta, mas só modificou o seu modo de perpetuação, deixou de ser um modo vertical onde os grandes monopólios mandam conteúdo para a grande massa e passou a ser uma rede distribuída, do qual o Spotify pode ser visto como um grande distribuidor de música.

Evidentemente, não há produção musical contemporânea desvinculada de processos industriais (de perfis mais tradicionais), embora a inserção dos artistas nesse mercado do mundo seja variável – a indústria investe em determinados gêneros, enquanto outros são postos (ou se colocam deliberadamente) à margem. Na última década, no entanto, a forma como a produção cultural se organiza sofreu uma série de transformações. (HERSCHMANN; KISCHINHEVSKY, 2005, p. 4 apud SANTOS, 2016, p. 7).

O usuário recebe a música, porém compartilha, altera, cria memes, criando assim a cauda longa ou a cultura do nicho, isto é, mesmo com a predominância do sertanejo, vemos usuários ecléticos ou onívoros (MELO, 2018, p. 23), escutam ainda os três gêneros musicais principais do Brasil, pop, sertanejo, e funk, no entanto, também escutam outros artistas dos mais variados estilos.

---

<sup>93</sup> Disponível em: <https://open.spotify.com/playlist/37i9dQZEVXbMXbN3EUUhlg> Acesso em 30 de out. de 2019.

## 5. Considerações finais

A lógica capitalista está em constante devir, o capitalismo que Adorno e Horkheimer estudaram, não é o mesmo que atua no período da escrita deste artigo e provavelmente não será o mesmo daqui a 40 anos, pois o constante ajustamento ocorre conforme suas próprias necessidades.

Um dos motivos para a continuação do capitalismo como sistema econômico-social segundo Adorno e Horkheimer é a razão instrumental esclarecedora, já percebida pelo autor na Grécia com a Odisseia, percorrendo toda a história ocidental, com Kant no projeto iluminista, Hegel no romantismo com o conhecimento absoluto e no positivismo em Comte, que tinha por foco livrar os homens do medo e fazer deles senhores de si com o contínuo progresso humano. Todavia, todo este projeto fracassou, na perspectiva da Teoria crítica, pois, ao fazer dos homens senhores tornou a razão um instrumento, esvaziado de qualquer reflexão, empenhado pela repetição.

No sentido cultural a razão manipuladora progressista frente às massas tornou-se indústria assim como todo o tecido social que estava voltado para o trabalho. A dinâmica trabalho-lazer fortaleceu a indústria cultural, em termos simples o famoso “pão e circo”, a arte, antes do capitalismo moderno representava uma esfera da sensibilidade estética com potencial de reflexão. Todavia, na cultura contemporânea houve a padronização de conteúdos, a criação dos produtos, manipulação dos valores através dos “estilos” e consequente esvaziamento das relações, não é mais importante a qualidade de um produto, mas sim a quantidade de pessoas que ele consegue atingir rapidamente, sem reflexão, o sistema das grandes massas fortalece o faturamento em grande quantidade pelas gravadoras e a televisão.

Os grandes veículos de comunicação, gravadoras internacionais como a Columbia, Universal, Victor Talking Machine Company e outras nacionais agiam em parceria com

a televisão em seus diversos programas musicais de auditório, o Show de Calouros, Programa Silvio Santos, os festivais da Jovem Guarda, Domingão do Faustão, Programa do Chacrinha, o Globo de Ouro divulgando muitos cantores para a indústria cultural.

Podemos perceber que este foi o cenário até 1990, quando esta indústria começa a ter alterações em suas relações, o surgimento de novas tecnologias, tais como o *Walkman*, o CD, o MP3 e os primeiros passos da internet na Web 1.0 trouxeram junto uma tendência “apocalíptica”, a decadência dos modelos de difusão das gravadoras, televisão e rádio que estavam submersos na cultura digital. As novas formas de acesso e comunicação em rede, favoreceram as produções alternativas e aos poucos os grandes centros de distribuição passaram a ser deixados em nome da liberdade e personalização da navegação pela internet.

No entanto, após a virada do milênio, podemos perceber que houve um crescimento nas dinâmicas dos usuários, estes que assistem e buscam conteúdos nas mais diferentes plataformas, o que exigiu uma mudança estrutural da indústria cultural que ainda permanece, pois há cooperação entre os meios digitais e a velha mídia.

Vemos que no Spotify ainda existe a tentativa de enquadrar a experiência do usuário através da curadoria de músicas das listas TOPs mais ouvidas, de “estilos musicais” ou “clima para cada momento”. A padronização ainda é explorada de alguma forma, principalmente devido às possibilidades que os algoritmos dão de contabilizar as ações dos usuários. A internet não acabou com o teatro, cinema, televisão, muito pelo contrário, eles deram novos rumos, enquanto indústria. Todo esse cenário de mudança de paradigma pode ser denominado por um nome, cultura da convergência, uma cooperação entre vários meios em nome do entretenimento e da informação. A expansão dos produtos culturais ganhou outra amplitude, porque o próprio usuário é mídia, exibindo suas escolhas, o que modifica a arquitetura da relação, deixando a indústria muito mais instável.

Há uma mudança, antes tínhamos uma relação emissor x receptor linear e unidirecional em modo simples, agora vemos uma colaboração em rede, onde o usuário tem a opção de escutar música não somente em um produto da indústria cultural, mas em vários, do amador ao profissional, dos podcast do Grupo Globo aos MC's que desenvolvem seu trabalho em casa com um celular.

## 6. Referências Bibliográficas

ADORNO, Theodor Wiesengrund; HORKHEIMER, Max. **Dialética do esclarecimento : fragmentos filosóficos**. Tradução de Guido Antonio de Almeida. 1. ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2006. Disponível em: <http://lelivros.love/book/baixar-livro-dialetica-do-esclarecimento-theodor-adorno-em-pdf-epub-e-mobi-ou-ler-online/>

BACON, Francis. **Novo Organum**. Tradução de José Aluysio Reis de Andrade. 2002. Disponível em: <http://lelivros.love/book/baixar-livro-novum-organum-francis-bacon-em-pdf-epub-e-mobi-ou-ler-online/>. Acesso em: 02 de Ago. de 2019.

DELMIRO, Silva Edilson. **Origem e desenvolvimento da indústria fonográfica brasileira**. INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação XXIV Congresso Brasileiro da Comunicação – Campo Grande /MS – setembro 2001

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. Tradução de Susana Alexandria. 2. ed. São Paulo: Aleph, 2012.

JÚNIOR, Flávio Silva; MAIA, Marcílio. **Música em fluxo: transformações na indústria fonográfica a partir do streaming**. 2018. Dissertação de Mestrado - Universidade Federal de Sergipe, São Cristóvão, 2018.

MARTINO, Luís Mauro Sá. **Teoria das mídias digitais: linguagens, ambientes, redes**. 2. ed. Petrópolis: Vozes, 2014.

MELO, Gabriel Borges Vaz de; MACHADO, Ana Flávia; CARVALHO, Lucas Resende de. **Música digital no Brasil: uma análise do consumo e reproduções no Spotify**. Belo Horizonte : UFMG/CEDEPLAR, 2018.

SANTAELLA, Lúcia. **A ecologia pluralista da comunicação: conectividade, mobilidade, ubiquidade.** 1. ed. São Paulo: Paulus, 2010.

SANTAELLA, Lúcia. **Culturas e Artes do pós-humano. Da cultura das mídias à cibercultura.** 2. ed. São Paulo: Paulus, 2004.

REALE, Giovanni; ANTISERI, Dario. **História da filosofia v.3 - do romantismo até nossos dias.** São Paulo: Edições Paulinas, 1991. v. 3 . 1113 p., 23 cm. (Filosofia, 3).

SANTOS, Maria Ceribelli Gadelha. **Aplicativos de música: o Spotify, as mudanças no mercado fonográfico e os filtros-bolha** Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – São Paulo - SP – 05 a 09/09/2016.

WOLF, Mauro. **Teorias das comunicações de massa.** Tradução de Karina Jannini. 6. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2012. 295 p., 22 cm. Disponível em:  
[https://www.academia.edu/8373053/Mauro\\_wolf\\_teorias\\_da\\_comunicacao](https://www.academia.edu/8373053/Mauro_wolf_teorias_da_comunicacao).