

**Do LP ao *Spotify*: a instrumentalização da música em detrimento à artisticidade, mediações culturais como elementos basais na intervenção da tecnicidade**

*From LP to Spotify: the instrumentalization of music at the expense of artisticity, cultural mediations as basic elements in the intervention of technicality*

Danilo Mendes GENEBRA<sup>1</sup>

**Resumo**

Este artigo busca refletir sobre a plataforma de *streaming* musical *Spotify* e sua tecnicidade que perpassa o tecido social na contemporaneidade. A nova dinâmica de acessibilidade da canção em nuvem em detrimento à artisticidade que se torna incompleta com a incipiência de elementos artísticos complementares a ela. Articula os conceitos benjaminianos de aura com os de mediações culturais de Martin-Barbero, entre outros autores e lança questionamentos sobre como se dá a experiência do usuário a partir da estética da recepção. A instrumentalização da música pensada como experiência cultural de nossos dias traçando paralelos entre dois nomes da indústria cultural surgidos em contextos diferentes: a banda inglesa Pink Floyd e o cantor e compositor brasileiro Gustavo Lima, pensando como estes transitam pela plataforma de mídia *Spotify* e suas devidas transformações desde a era do LP e suas apropriações conforme seus públicos, a priori, distintos.

**Palavras-chave:** *Spotify*. Tecnicidade. Mediações culturais. Estética da recepção. Música.

**Abstract**

This article seeks to reflect on the music streaming platform *Spotify* and its technicality that permeates the social fabric in contemporary times. The new dynamics of accessibility of the song in cloud at the expense of the artisticity that becomes incomplete with the incipency of artistic elements complementary to it. It articulates the Benjaminian concepts of aura with those of cultural mediations by Martin-Barbero, among other authors, and questions how the user experience occurs from the aesthetics of reception. The instrumentalization of music thought as a cultural experience of our days drawing parallels between two names of the cultural industry that emerged in different contexts: the English band Pink Floyd and the Brazilian singer-songwriter Gustavo Lima, thinking about how they move through the media platform *Spotify* and its due transformations since the LP era and their appropriations according to their audiences, a priori distinct.

**Keywords:** *Spotify*. Technicity. Cultural mediations. Reception aesthetics. Music.

---

<sup>1</sup> Mestre em comunicação pela Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho (UNESP), campus de Bauru/SP. E-mail: mendes.genebra@unesp

## Introdução

Em uma sociedade midiaticizada, analisar um produto da cultura de massa como a plataforma de *streaming* musical *Spotify*, significa refletir como a tecnicidade perpassa o tecido social por meio de sua relação com a comunicação à medida que vem ganhando amplitude global.

Essas reflexões se tornam relevantes à medida que conseguem proporcionar um chaveamento entre estesia, mediações culturais, linguagem artística e, assim, obter uma percepção mais aprofundada da intrincada realidade social no que tange à comunicação, levando em conta o imperativo da instrumentalização da música. Ponderar “a partir de seu justo recobrimento pela assim chamada questão da técnica, como aspecto da presença da racionalidade instrumental por sua vez extravasada no âmbito da experiência cultural de nossos dias” (PICADO, 2015, p.153).

Assim sendo, o objetivo deste artigo consiste em refletir sobre as novas formas de se consumir música confrontando e traçando paralelos com as antigas formas, e, a partir da experiência do usuário, “devemos considerar a necessidade de uma interrogação mais longitudinal sobre a origem e a natureza dos padrões básicos da partilha do sentido (semântico e estesiológico) desses produtos” (IDEM, 2015, p.156).

As problematizações apresentadas neste artigo se articulam com a chamada estética da recepção, nos conceitos de aura de Walter Benjamin, no pensar a estesia do receptor e sua relação com o objeto *Spotify* promovendo articulações com os estudos de Benjamin Picado e também os das chamadas mediações culturais com os apontamentos de Maria Immacolata Vassalo de Lopes que as compreende como “lugar de onde é possível compreender a interação entre espaço da produção e da recepção” (LOPES, 2018 *apud* BARBERO; MUNHOZ, 1992, p. 2).

A relevância de se estudar essas temáticas reside na chave de pensar a comunicação não apenas a partir da estesia do receptor, mas também dos efeitos que a tecnicidade impõe à modernidade de aprofundamento epistemológico sobre a

necessidade de um quadro axiológico de novo tipo: em outros termos, o diagnóstico crítico sobre a relação entre modernidade e mediatização pediria das ciências sociais um novo quadro de valores sobre o qual

exercitar estas considerações sobre a centralidade dos meios de Comunicação de massa (PICADO, 2015, p.154).

Uma vez que a instrumentalidade e a tecnicidade assumiram um caráter tão central em nossos dias que talvez reclame a necessidade de pensar a mediação a partir desse prisma: da racionalidade técnica em detrimento à artisticidade, e sobre os seus desdobramentos sociais.

### **A dinâmica do *streaming* musical e o agravamento da perda da aura**

O sucesso do *Spotify* ocasionou uma nova dinâmica de ouvir música e maior acessibilidade a ela, podendo ser facilmente acessada por meio de celulares ou computadores pessoais, bastando uma conexão com a internet e alguns toques no *smartphone*. Por conseguinte, tem-se como hipótese elementar que o ato de ouvir música teria ganhado um caráter mais imediatista e menos “contemplativo” ao compararmos com os proporcionados pelas mídias anteriores ao *streaming* como discos de vinil, fitas K7 e CDs.

Como consequência e concomitantemente ao ato de ouvir música em nuvem, não só o fetiche por usufruir a materialidade do disco, o valor de culto acompanhado com a sensação de posse do objeto, como demonstra o interesse pelas coleções de discos, encartes, capas e concepções gráficas teriam arrefecido. Possivelmente junto a isso, algo da artisticidade da música venha se perdendo ao longo da transferência do LP ao *streaming*.

Indaga-se se esse aparente e crescente desinteresse pelas mídias físicas seria uma questão geracional, de mediações culturais ou vinculado a alguns gêneros musicais específicos, uma vez que, não obstante ao sucesso do *Spotify*, observa-se que ainda há uma certa ritualização em determinados nichos de público, o culto ao objeto como se vê no relançamento – ainda que diminuto – de discos em vinil após essa mídia ter sido considerada obsoleta.

Neste raciocínio estaríamos intensificando o rompimento com a ideia de aura conceituada por Walter Benjamin que considerava a reprodução em série em detrimento à autenticidade artística, o esvaziamento do “aqui e agora” com a produção serial. “A aura, pensada como essência da obra de arte, como expressão de sua originalidade, de sua

autenticidade e, mesmo, de sua inacessibilidade, se esvazia. A perda da aura da obra de arte acontece quando ela é reproduzida tecnicamente” (BARROS, 2021, p.3).

Conforme o conceito benjaminiano de perda da aura, já se tem nas mídias LP e CD inexoravelmente o esvaziamento da autenticidade, conforme a reprodutibilidade técnica já existente e, dessa forma, já haveria por si a inexistência de autenticidade artística. Conjectura-se assim, se junto à nova dinâmica da crescente demanda de música por *streaming*, se a perda da aura se agravaria, pois, além de estar vinculada à tecnicidade, estaria presente um novo componente: o imediatismo no ato de ouvir música e a perda de elementos como as capas, concepções gráficas, hibridações com outras linguagens artísticas e demais elementos simbólicos tradicionais.

A autenticidade de uma coisa é a quintessência de tudo o que foi transmitido pela tradição, a partir de sua origem, desde sua duração material até o seu testemunho histórico. O conceito de aura permite resumir essas características: o que se atrofia na era da reprodutibilidade técnica da obra de arte é sua aura. BENJAMIN (1994, p. 168).

Junto à “extinção da aura”, Benjamin nos fala ainda sobre a perda da legitimidade da obra de arte enquanto objeto histórico ligado a ideia de culto e tradição, algo sujeito ao metafísico, a preceitos religiosos e que tornou-se “profano”. O autor afirma que no fim do século XIX a reprodutibilidade técnica do som atingiu um padrão de qualidade e excelência suficientes para transformar a tradição da obra de arte em sua totalidade, e que, por isso, submetida a essas transformações, conquistou para si um lugar próprio: o da arte definitivamente vinculada à técnica e produção em série.

Conforme a secularização da arte inserida na lógica capitalista de reprodução em série e das transformações tecnológicas “A obra de arte na era de sua reprodutibilidade técnica pode ser reconhecida, como ritual secularizado, mesmo nas formas mais profanas do culto do belo” (BENJAMIN, 1994, p. 170).

Engendrando um chaveamento do pensamento de Benjamin com o conceito de Sociedade em Rede de Castells é possível estabelecer um deslocamento dos meios para a informação em si, no caso, a música reproduzida em nuvem como um desdobramento ou consequência da Sociedade em Rede; mudarmos a perspectiva paradigmática, o olhar, a partir da premissa de enxergar a música pelo prisma da informação em rede, e que, segundo o autor “A primeira característica do novo paradigma é que a informação é a sua

matéria-prima: são tecnologias para agir sobre a informação, não apenas informação para agir sobre a tecnologia, como foi o caso das tecnologias anteriores” (CASTELLS, 2000, p. 78).

E é nesse contexto da sociedade conectada e numa lógica de partilha, de uma coletividade interconectada que surge a plataforma de *streaming Spotify* a partir de uma *Start’up* sueca no ano de 2008 por Daniel Ek e Martin Lorentzon, tendo seu início com acordos feitos com as gravadoras multinacionais *Universal Music*, *Sony BMG*, *EMI Music* e *Warner Music Group*.

Hoje, o aplicativo é o principal serviço de *streaming* de música do mundo. A plataforma permite que os assinantes acessem cerca de 30 milhões de músicas a partir de diversos modos de navegação. No *Spotify*, o usuário pode encontrar *playlists* e rádios, checar quais músicas estão fazendo sucesso entre os assinantes, criar suas próprias coleções ou seguir as coleções de amigos e artistas. De acordo com a companhia, o *Spotify* conta com 170 milhões de usuários, sendo 70 milhões de assinantes pagos em todo o mundo. A empresa desembarcou no Brasil em 2014 para concorrer com serviços como *Deezer*, *Xbox Music* e *Napster* (canaltech.com, 2021).

Após explanar brevemente sobre o *Spotify* serão utilizados como objetos de reflexão e observação empírica, ainda que modestamente para efeitos de possíveis conjecturas, a defrontação de dois produtos da indústria cultural de épocas e gêneros musicais distintos. Pensar-se-á a estética contida no universo da produção da banda inglesa de rock progressivo Pink Floyd comparando-a com a do cantor e compositor brasileiro Gusttavo Lima, artista do chamado “sertanejo universitário”, cena musical brasileira que tomou visibilidade e popularidade a partir da segunda metade dos anos 2000 no Brasil, justamente por serem gêneros distintos e com públicos, a priori, diferentes.

Conforme esse distanciamento estilístico, esses artistas teriam lógicas diferentes no consumo de suas produções, apropriações e estesias de seus devidos públicos.

**As mediações culturais nos públicos de Pink Floyd e Gustavo Lima: questionamentos sobre a mudança de paradigma imposta pelo *Spotify* e o empobrecimento da artisticidade**

Surgida em 1965 com sua trajetória produtiva findada em 1994, a banda inglesa Pink Floyd teve como base o rock progressivo além de incorporar em sua música elementos do rock psicodélico, jazz e música clássica. Seus álbuns caracterizam-se por serem conceituais estruturados como pequenas suítes ou operetas e com canções concatenadas que geralmente contam uma história linear, com músicas de duração média de 7 a 23 minutos.

Conforme Blake (2012) há que se atentar para as matrizes estilísticas que a banda hibridava com outros recursos, e seu universo artístico contemplava outros elementos que iam além da música, como design gráfico, animação e cinema, e que, portanto, serviam como complementos indissociáveis a ela.

Essa hibridação pode ser explicitada com as capas conceituais criadas pelo designer Storm Thorgerson em que pese a concepção estética da cada capa que trazia esse complemento ao conceito musical; faziam parte do processo criativo de cada álbum, assim como também a contracapa e o encarte (Figura 1).

Figura 1 – O design presente nas capas dos álbuns do Pink Floyd



Fonte: pinkfloyd.com (2021)

Além do design gráfico, o Pink Floyd utilizava performances teatralizadas em seus concertos em formato Óperas Pop, também a linguagem do cinema - dois de seus álbuns: *More* (1969) e *Obscured by Clouds* (1972) são trilhas sonoras para filmes de terceiros, incluindo um filme musical da própria banda, *The Wall* lançado em 1982 e dirigido por Allan Parker com nome homônimo ao álbum lançado pelo grupo em 1979. O filme teve o trabalho do designer Gerald Scarf na elaboração estética do filme que mistura cinema musical e animação, como mostra a Figura 2.

Figura 2 - Gerald Scarf em seu estúdio trabalhando para o filme *The Wall* (1982)



Fonte: [instagram.com/pinkfloyd](https://www.instagram.com/pinkfloyd) (2021)

A banda é um exemplo de que, embora o fundamento basal em que se sustente seja a produção musical, outras constituintes artísticas se tornam imprescindíveis para a fruição de seu universo artístico.

O Pink Floyd foi uma banda essencialmente do gênero rock progressivo que teve seu ciclo criativo e popularidade sedimentada fundamentalmente na segunda metade do século 20, portanto, no ápice da era da reprodutibilidade técnica no que tange às mídias LP's, CD's e K7's.

Atualmente toda a discografia do Pink Floyd está disponível no *Spotify* e outras plataformas, mas há que se atentar que, por ser uma banda mundialmente consagrada, seu público já estava familiarizado com todo o material gráfico e outras linguagens artísticas citadas que hibridavam o material produzido pelo grupo décadas antes do advento das plataformas de *streaming* como o *Spotify*.



Blake (2012) afirma que mesmo o grupo tendo encerrado sua trajetória, a marca Pink Floyd continua periodicamente relançando caixas para colecionadores de mídia física como CD's e LP's, formatos até então considerados obsoletos. Conforme o autor no decorrer dos anos o grupo continua vendendo milhões de cópias de discos por todo o mundo.

Se há produção de mídia física há demanda por ela, há público que consome essas mídias mesmo em tempos de ascensão da música em *streaming* e mesmo que há algum tempo a “morte do CD” era dada como inevitável. Em 2019 o Pink Floyd relançou mais uma vez material em mídia física em versão remasterizada de seus últimos álbuns intitulado *The Later Years 1987-2019* e com sucesso de vendas (Figura 3).

Figura 3: Lançamento *The Years Later 1987-2019* (2019)



Fonte: pinkfloyd.com (2021)

Mesmo com o término da banda com seu último álbum de inéditas lançado em 1994<sup>2</sup> as vendas de discos continuam elevadas, indicando que o público do Pink Floyd continua a consumir sua música em mídias tidas como obsoletas. Assim sendo, valemos de alguns questionamentos para fins de reflexão.

<sup>2</sup> Em 2014 o Pink Floyd lançou *The Endless River* um álbum contendo sobras do então último álbum de estúdio *The Division Bell* (1994).

Essencialmente indagamo-nos se seria uma questão de gênero musical ou algo que se conservou do valor de culto ao objeto, fetiche pela posse, pela materialidade que a música em nuvem não proporciona.

Se um grupo com a hibridação de que lançava mão o Pink Floyd surgisse na atualidade, em outra dinâmica de consumo de música popular, numa conjuntura diferente da que havia no passado teria conquistado o mesmo sucesso que obteve em quatro décadas ativas. – questionamentos que perpassam pela reflexão substancial que aqui se propõe.

Com a lógica do mercado engessando a hibridação de linguagens artísticas, a estesia ficaria substancialmente modificada e prejudicada - sem deixar de levar em conta as mediações culturais e seus devidos contextos histórico-cronológicos - tendo a fruição do receptor comprometida pela incipiência da música consumida no novo formato. Pensa-se se que o impacto seria, no mínimo, presumivelmente rudimentar caso esta tivesse surgido na era do *streaming*.

Dada as dificuldades de presumir o que não se sucedeu efetivamente, os questionamentos aqui valem como reflexão. Mas constata-se que, ao menos no caso em questão, a imersão completa ao universo criativo ficaria de fato empobrecida.

Na funcionalidade do *Spotify*, muitas informações a respeito do artista ficam diluídas em uma pequena amostra na tela de um aparelho celular ou computador. Quando o assinante seleciona um álbum ou uma música para ouvir, a ele são exibidas apenas algumas informações a respeito do intérprete, dos compositores e da canção que está sendo reproduzida - algumas vezes essas informações estão erradas - e a arte da capa no tamanho que é possível ser exibida em uma tela de celular ou tablet, ou seja, ao contrário de um LP a arte gráfica fica restrita em poucos centímetros.

No *Spotify* não há informações adicionais como nas mídias físicas tampouco encartes, assim a materialidade do design, relevante como extensão à produção no caso do grupo Pink Floyd, inexistente. Vale lembrar que esse empobrecimento se estende a outros artistas não só do gênero rock progressivo como o Pink Floyd, mas de outros que também utilizam outras linguagens como complemento à música como artistas de ópera e música clássica.

São questionamentos concernentes a se pensar a dinâmica imposta pelo *Spotify* e por conseguinte as transformações midiáticas e seus desdobramentos sobre a comunicação, pensar a tecnicidade, portanto, num chaveamento com a cultura e

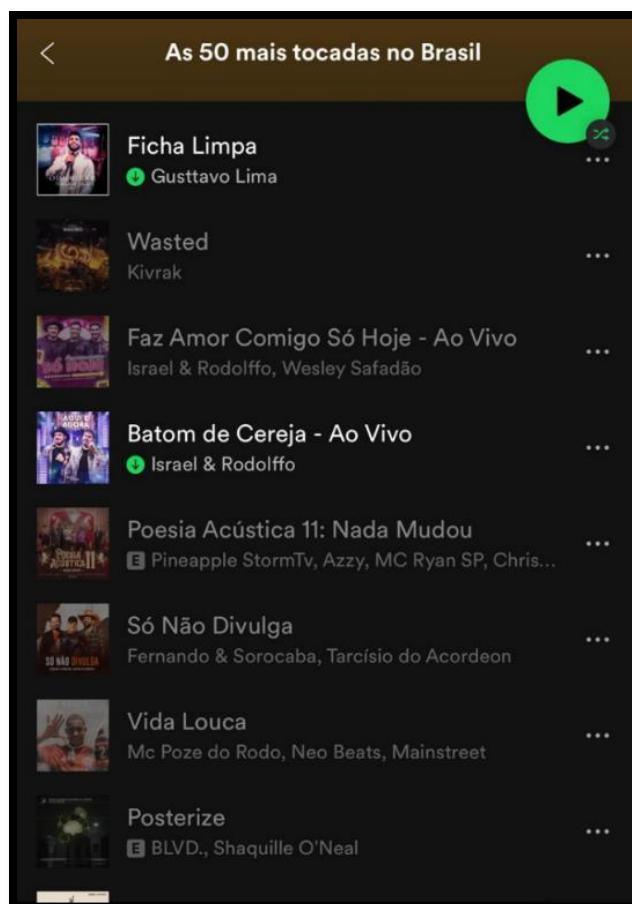
transformação que sofre a indústria cultural com possíveis desdobramentos na esfera social.

Ainda na chave da compreensão de como a arte está permeada pelos formatos industriais e, muitas vezes, em detrimento a própria fruição da arte, Picado nos alerta sobre a predominância no próprio campo de estudos, de pensá-las como elementos indissociáveis e que se confundem: “O viés estético que passou a predominar em nosso campo de estudos se confundiu frequentemente com certas considerações sobre o reino das tecnologias e seu devido papel na reconstituição do tecido cultural” (IDEM, 2015, p.155).

Dando prosseguimento, com o objetivo de tensionar e comparar um artista surgido no período de intensificação de consumo das mídias físicas, expõe-se outro artista surgido no atual contexto, portanto, em outra conjuntura, com a finalidade de, ao mesmo tempo, identificar semelhanças e diferenciações entre eles.

Assim sendo, vinculado ao chamado “sertanejo universitário”, ao lado da cantora Marília Mendonça, da dupla Jorge e Matheus entre outros nomes, o cantor e compositor brasileiro Gustavo Lima de 31 anos iniciou sua carreira discográfica no ano de 2009 com o hit “Balada” que o tornou conhecido nacionalmente e também no exterior, canção que o definiria como um dos grandes nomes do gênero que mistura, ritmos de Arrocha, Batchaca além de música Pop. Conforme consta no site do artista, no ano de 2009 a canção “Balada” o fez alcançar a terceira posição da *Billboard Brasil*.

Em geral as canções de Gustavo Lima têm em média de 3 a 4 minutos de duração e são bastante populares no Brasil. Atualmente costumam estar entre as mais ouvidas na plataforma *Spotify* como mostra a Figura 4 com Gustavo Lima em 8º no *ranking* dentre as 50 mais tocadas no *Spotify* Brasil no dia 9 de julho de 2021.

Figura 4: Gustavo Lima em 8º lugar no *Spotify* Brasil

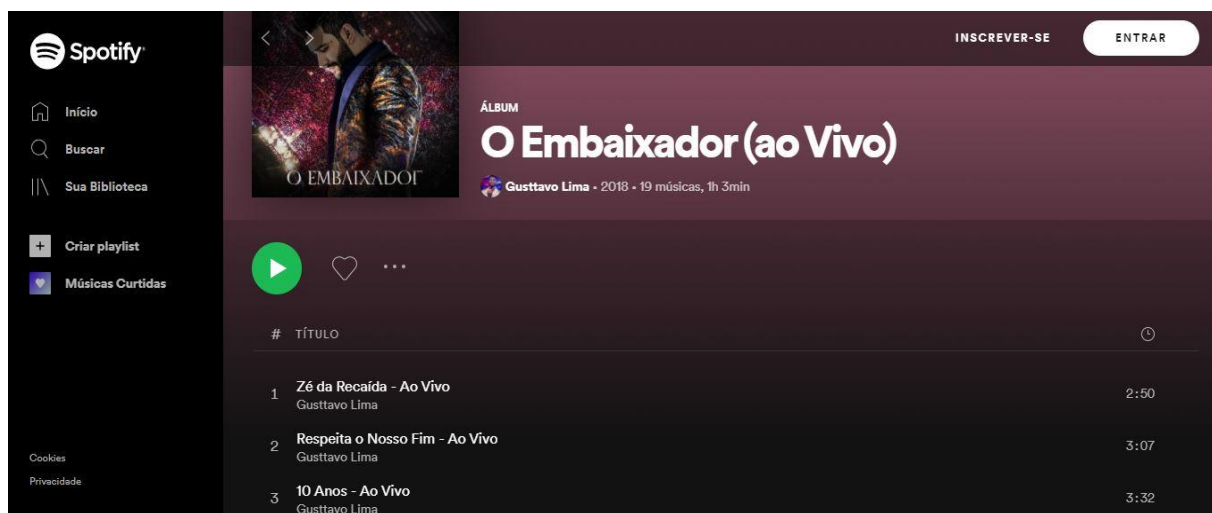
Fonte: [spotify.com.br](https://spotify.com.br) (2021)

Constata-se que o cantor está vinculado em uma lógica diferente das que foram mencionadas sobre a banda Pink Floyd. Gustavo Lima disponibiliza em seu próprio site os lançamentos de seus *singles* e álbuns com *links* diretamente para serem ouvidos na plataforma de *streaming*. Basta que o usuário clique na arte do álbum para ser redirecionado ao *Spotify* automaticamente.

Atualmente o cantor faz mais lançamentos periódicos de *singles* e EP's do que de alguns completos. O artista está presente nas redes sociais e estimula seus ouvintes a utilizarem o *streaming* para ouvi-lo, embora ainda lance CD's ao contrário do site da banda Pink Floyd, no site do artista brasileiro não há nenhum incentivo para que o usuário adquira a mídia física, seus CD's.

Trata-se de um artista que tem como base de divulgação principal o *Spotify* ao contrário da banda inglesa, Gustavo Lima “nasceu” artisticamente no mesmo período do *Spotify*.

Figura 5 – Página de Gustavo Lima no *Spotify* redirecionada de seu site



Fonte: [spotify.com.br](https://spotify.com.br) (2021)

Apontadas as diferenças entre os dois artistas, há de lembrarmos de que nenhum dos formatos utilizados resiste à ideia de perda da aura, esta subjugada à técnica e a produção em série, seja nos LPs ou no *streaming* nenhum deles teria, segundo Benjamin, conservado a aura, a autenticidade e a unicidade, portanto, sua essência, teria se esvaído. O autor, entretanto, destaca um aspecto “positivo”

A reprodução técnica pode colocar a cópia do original em situações impossíveis para o próprio original. Ela pode, principalmente, aproximar do indivíduo a obra, seja sob a forma da fotografia, seja do disco. A catedral abandona seu lugar para instalar-se no estúdio de um amador; o coro, executado numa sala ou ao ar livre, pode ser ouvido num quarto. BENJAMIN (1994, p. 168).

Entreposta a questão de forma dialética o autor ressalta a transição da arte no esteio da reprodutibilidade e da produção em série.

Há de se ponderar que estamos tratando como objeto de tensionamento públicos com gêneros musicais a priori, bastante distintos, e que, portanto, suas estesias e mediações culturais estariam em chaves igualmente distintas como mostram os exemplos que foram explicitados. Por conseguinte, essas mediações culturais também bastante

distintas determinariam formas de fruição diferentes tanto em relação às mídias físicas quanto à plataforma *Spotify*.

Posto isso, (LOPES, 2018, p.18) nos esclarece sobre a função substancial das mediações em relação aos formatos industriais, a técnica e a ritualidade “entre a lógica da produção e os formatos industriais media a tecnicidade, entre os formatos e as competências da recepção, medir a ritualidade”, assim, embora ambos os artistas aqui discutidos estejam presentes na plataforma, no entanto, por meio dos exemplos apresentados, constata-se que um deles possui público com maior apelo e aderência à mídia física do que o outro, este ponto ratifica a incidência decisiva das mediações culturais que nos fala Martin-Barbero.

Elaborou-se alguns questionamentos: por que o que exatamente motiva um entusiasta de uma banda inglesa longeva a adquirir mídia física e o de música sertaneja universitária preferir o formato em *streaming*? Seriam puramente uma questão geracional ou de estesia, ou ainda uma diferenciação que se faz entre informação midiática em contraste com um certo refinamento na fruição, como pontua Barros:

Sabemos, por certo, que a recepção midiática é distinta da fruição estética, que uma se dá nos contornos da informação e do entretenimento, marcada por certo imediatismo e proximidade cotidiana, enquanto outra acontece numa esfera mais apurada da cultura e implica uma postura mais atenta e sensível do fruidor. BARROS (2017, p. 161).

Ao contrário da banda inglesa, o cantor brasileiro Gustavo Lima já surgiu inserido em uma outra chave de consumo da indústria fonográfica e seu público contempla, majoritariamente, pessoas mais jovens e brasileiras. Há, portanto, um distanciamento tanto estético quanto cronológico e também cultural entre as mediações subjetivas.

Após assentadas as diferenças e semelhanças entre os dois universos artísticos Lopes nos aponta, fundamentada nos estudos de Martin-Barbero que a comunicação hoje é uma “questão de mediações mais do que de meios de comunicação, questão de produção, do produto, como da recepção, mediação constitui uma perspectiva teórica compreensiva dos processos tanto de produção do produto como da recepção esse é” (LOPES, 2018, p. 15).

A pesquisadora afirma ainda que as mediações são esse lugar onde se propõe a interatividade, elas intervêm no vácuo entre a produção e recepção tendo as mediações como elemento central da recepção.

### Considerações finais

Relevante pensar as transformações da sociedade e especificamente da comunicação por essas matrizes da indústria cultural, da tecnicidade e das formas de estusias como reflexo direto de suas transformações que se retroalimentam.

Importante ressaltar que não se teve aqui a pretensão de dar respostas concretas, este artigo traz consigo contornos de um pequeno ensaio propondo-se a levantar questionamentos e reflexões que nos levem a essas questões a serem aprofundadas e esclarecidas com mais acuidade.

Entretanto, a despeito do que foi exposto, Lopes (2018) afirma a necessidade de interromper o olhar da perspectiva somente com foco na tecnicidade, da engenharia e redirecionar o olhar para as mediações e a ideia de interações e partilhas como nos propões Martin-Barbero.

Sobre isso podemos considerar a nova dinâmica do *Spotify* em contraste com os públicos aqui expostos: o ouvinte de rock progressivo que, a priori, prefere ouvir música em estado de contemplação com mídias físicas e ainda conservando um certo grau de ritualidade em contraste com o ouvinte de música sertaneja universitária que, por sua vez, teria uma relação mais imediatista com a música.

Considera-se que ouvir música na plataforma de *streaming* ao mesmo tempo se perde muitos elementos de acordo com o gênero musical, por outro ela possibilita, por exemplo, a criação de *playlists* comunitárias, permitindo que o usuário elabore “seu próprio álbum” inserindo canções que deseja, com a possibilidade de pessoas elaborarem juntas uma *playlist*, algo impensável nas mídias físicas como LPs e CDs e que dialogam com o conceito de Sociedade em Rede de Castells citado anteriormente.

Pensando dialeticamente, tal ideia de comunicação vincula-se como próprio *ethos* da palavra comunicação, no sentido de tornar comum, pois, se ao mesmo tempo em que “se perde muita coisa”, também possibilita maior interatividade.

São novas formas de ouvir, aprender, partilhar e se comunicar entre as pessoas que se estende aos meios e também no sentido de pensar a recepção do público mesmo

que ainda haja demanda por mídia física. Esses paradoxos servem de recorte sobre o que constitui o tecido social contemporâneo ao menos no que tange à comunicação e cultura de massa. O *Spotify* expressa a efemeridade do contemporâneo, dos dias atuais e das novas formas, dinâmicas permeadas de estas mediações e intersubjetividades.

## Referências

BARROS, Laan Mendes de. **Comunicação sem anestesia**. Intercom, Rev. Bras. Ciênc. Comun. [online] 2017.

BARROS, Laan Mendes de. **Nada se perde, tudo se transforma**. São Paulo. Compós, 2021.

BENJAMIN, Walter. **A obra de arte na era de sua reprodutibilidade técnica**. Obras escolhidas: Magia e técnica, arte e política. 6 ed. São Paulo: Brasiliense, 1994.

BLAKE, Marc. Tradução: CALLARI, Alexandre. **Nos Bastidores do Pink Floyd**. São Paulo: Évora, 2012.

CANALTECH. **Spotify, música para todos**. <https://canaltech.com.br/empresa/spotify-ltd/>. Acesso em: 5 jul. 2021.

CASTELLS, Manoel. **A sociedade em rede**. 4. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2000.

LOPES, Maria Immacolata Vassalo de. **Jesús Martin-Barbero e os mapas essenciais para compreender a comunicação**. Porto Alegre, Intertexto, 2018.

PICADO, Benjamin. **Dos objetos da Comunicação à comunicabilidade sensível: experiência estética e epistemologia da Comunicação**. In: Intercom, p. 3, 2015, São Paulo.

PINK FLOYD. Disponível em: <https://www.pinkfloyd.com/>. Acesso em 7 jul. 2021.