

La relación de Spotify con el capitalismo: colonialismo de datos

Industria musical

Antes de entrar en detalles en la relación de Spotify con el capitalismo, es importante contextualizar el impacto de Internet en la historia y evolución de la industria musical. La era digital transformó profundamente la sociedad y su consumo de arte. Hasta entonces el consumo de música se producía mediante dos tipos de soportes técnicos: los vinilos y los cds, acompañados del gran medio de comunicación que se expandió en los años 20: la radio.

A partir de los años 50 se empezó a consolidar el monopolio de producción musical por parte de las discográficas, que giraba en torno a la creación de figuras que materializaban en la fama la representación del concepto “superestrellas”, promoviendo la venta de discos y aparatos de reproducción de audio. Este modelo de negocio, basado en el total control de las empresas discográficas sobre el repertorio y la producción de los artistas, las estrategias de marketing y la promoción de discos, generó grandes cantidades de capital, que aumentaron aún más en la década de 1980 con la llegada del CD.

El poder de estas empresas también significó de alguna manera una prostitución de la música, ya que su principal objetivo era obtener beneficios económicos mediante un consumo de masas sin dar la debida relevancia ni importancia al arte.

Pero su hegemonía y control se vieron fuertemente desafiados con el auge del Internet a finales del siglo XX, que “hizo que el fonograma perdiera el uso privado que le habían dado las disqueras por tanto tiempo y que su comercialización empezara a pensarse en el ciberespacio” (Arango-Archilla, 2016).

En este contexto se produjo la irrupción de plataformas como Napster. Su funcionamiento consistía en la abolición de cualquier capital asociado a las canciones, que pasaban a ser simples archivos, los cuales podían ser reproducidos, copiados y compartidos gratuitamente. De esta manera se establecía un flujo de vínculos digitales entre los usuarios que anarquizaban el imperante sistema lleno de relaciones de poder que había caracterizado la industria musical, rompiendo con su propiedad privada, y descapitalizando las canciones, que ocupaban el antiguo rol de mercancía.

Frente a esta situación de cambio, se produjo una de las tradicionales tensiones y luchas entre “formas de hacer e instituciones modernas, siendo el mercado y el Estado las dos instituciones más representativas de la sociedad de la información” (Fouce, 2010). Un ejemplo de estas luchas es el reciente conflicto que causó la aplicación Uber en España en competencia al gremio de taxis, que desembocó en disputas judiciales y políticas.

En este caso concreto, los patrones de consumo nuevos dependen en gran medida en la gratuidad de las redes, hecho que apareció como un reto frente la industria musical, ansiosa de encontrar un modelo que rentabilizara económicamente, es decir capitalizara, el tráfico en estas plataformas.

Spotify

En este contexto, es importante entender Spotify como la respuesta capitalista ante este doble desafío para la industria musical. Antes que nada, introducir la aplicación, que se presenta a sí misma como un “streaming service” de música y podcasts, origen del se sitúa en el año 2008 en Suecia. Nació adoptando el modelo de negocio de una “start-up”, es decir una empresa de nueva creación o edad temprana que integra una proyección de futuro muy prometedora con tal de conseguir el financiamiento para hacer posible este primer arroj de ambición empresarial. Las startups se caracterizan también por su entrada rápida en el mercado y su comercialización de productos y servicios mediante las tecnologías de la información y comunicación.

De hecho, dos grandes empresas del mundo digital como lo son Amazon y Facebook, también empezaron en su día siendo startups. Pero no sólo comparten un inicio, sino también un modelo capitalista de negocio propio de la era digital en el que vivimos que obliga a cuestionarse verdaderamente el papel de Spotify en la sociedad.

Este rol se puede comprender mucho mejor si se correlaciona la aplicación con el concepto de postfordismo, idea no solo se refiere al conjunto de cambios de la forma de producción que acaban con el fordismo, sino que es también un proceso de reorganización radical de las formas capitalistas de acumulación y las instituciones del movimiento obrero.

Hay una tesis que sitúa el origen postfordista en las luchas sociales que por convención son recordadas como el "movimiento de 1977", ubicadas dentro del capitalismo italiano, a quien se le atribuye el mérito de haber logrado transformar en recurso productivo las actitudes que en una primera instancia representaban un conflicto radical. (Virno, 2003)

Con Spotify esta reconversión se produjo al capitalizar y legalizar el consumo de música digital, en contraposición con el anterior caso mencionado de Napster, que con su consiguiente colectivización del consumo musical, fue en este caso la fuente de los comportamientos que acechaban contra las élites de poder.

Plataformas como Napster representaban un desafío para el Estado, que temía y teme la disminución de su poder a manos de un Internet que le obliga en cierta manera a contraponer sus intereses liberales con su deber de defender la privacidad de las comunicaciones, cuestión que podría considerarse como un derecho fundamental.

Capitalismo de vigilancia

Relacionado con el tema de los derechos y la privacidad, es apropiado hablar del concepto capitalismo de vigilancia o *surveillance capitalism*, utilizado y popularizado por la psicóloga social Shoshana Zuboff desde 2014, refiriéndose a la mercantilización de datos personales, es decir, en la transformación de información personal en una mercancía sujeta a la compraventa con fines de lucro.

Un gran paralelismo que define muy bien este sistema es el siguiente: “Personal data is the new oil of the Internet and the new currency of the digital world.” (Kuneva, 2009) La comparación de los datos personales con el petróleo ilustra perfectamente como estos últimos conforman la base del crecimiento económico y son un elemento central de la lucha entre las potencias para la obtención de poder.

En esta línea Spotify actúa convirtiendo al consumidor de música en un productor. Tal como indica el sociólogo Tadeo Masís González en un artículo:

la plataforma transforma la actividad de los usuarios en una mercancía. Estos datos que recolecta tienen dos fines: generar recomendaciones y listas automáticas a los usuarios a partir de sus gustos (Eriksson & Johansson, 2017) y vender esta información a los anunciantes para colocar publicidad en la plataforma de acuerdo con los perfiles demográficos de ellos (Kasap & Yalcintas, 2020).

Colonialismo de datos

De este modo las preferencias y actividades de escucha musical, que a menudo constituyen un elemento muy presente en la vida social, hacen que esta última se convierta en un recurso "disponible" para la extracción de un capital intangible, que se transforma en capital económico. Es interesante analizar esta transformación desnaturalizando y problematizando lo que se puede considerar como una violación de derechos sistematizada que sin embargo es amplia y socialmente aceptada.

La extracción, se caracteriza por ser excesivamente expansiva y considerando la anterior problematización, intrusiva. Ambos rasgos remiten a la apropiación de tierras, recursos y cuerpos del colonialismo histórico, lo que lleva a los autores Mejías y Couldry a crear el concepto de colonialismo de datos. Para evitar confusiones, debido a su terminología, se tiene que aclarar la siguiente cuestión:

El legado del colonialismo desde el siglo XVI hasta el siglo XX incluye la aniquilación de millones de vidas nativas y el agotamiento de vastas cantidades de recursos naturales, todo para el enriquecimiento de unos pocos. Al implementar el concepto de colonialismo de datos, nuestro objetivo no es hacer analogías sueltas al contenido o la forma, y mucho menos a la violencia física, del colonialismo histórico. En su lugar, como se indicó anteriormente, buscamos explorar los paralelos con la función del colonialismo histórico dentro del desarrollo de las economías a escala global, su normalización de la apropiación de recursos, y su redefinición de las relaciones sociales para que el despojo parezca común o natural.

A parte que el colonialismo de datos involucra dos poderes coloniales (Estados Unidos y China) en vez de uno ("Occidente"), otra de las diferencias que remarcan los autores entre el colonialismo de datos y el colonialismo histórico es que el primero funciona tanto externamente (a escala global) como internamente en sus propias poblaciones de origen.

Este último aspecto puede mirarse desde una perspectiva mucho más escéptica y crítica, partiendo de la teoría decolonial presentada en el libro “Colonialism and Modern Social Theory”. El libro tiene el objetivo de romper con la imagen de que el colonialismo sucedió fuera de Europa sin relación con el origen de la sociología.

El distanciamiento de lo que pasaba en las potencias colonizadoras y los países colonizados es un recurso utilizado por los estados occidentales para situar en ellos “la modernidad” y echar en el pozo del olvido lo que sucede en otros lugares. De alguna manera diferenciar el capitalismo de datos del histórico, por la razón que también ocurre internamente en sus poblaciones de origen, podría suponer una involuntaria reproducción de este alejamiento que esconde detrás la jerarquía moral colonizadora.

Conclusión

Para finalizar, y volviendo a recurrir a esta analogía, remarcar la creciente preocupación por el futuro capitalista de nuestra sociedad con el uso de nuestros datos por parte de aplicaciones como Spotify, donde no se vislumbran los límites entre la vida y el capital:

Where is data colonialism heading in the long term? Just as historical colonialism paved the way for industrial capitalism, data colonialism is paving the way for a new stage of capitalism whose outlines we only partly see: the capitalization of life without limit.
(Mejías y Couldry, 2019)

Bibliografia

Arango-Archila, F. (2016). Apuntes sobre la historia de la industria discográfica (1999-2004): de Napster a la plataforma de iTunes. *[Con]textos*, 5(19), 33-43.

Fleischer, R., & Snickars, P. (2017). Discovering Spotify-A thematic introduction. *Culture Unbound*, 9(2), 130-145.

Fouce, Héctor. (2010). De la crisis del mercado discográfico a las nuevas prácticas de escucha. *Revista Científica de Educomunicación*, 34, v. XVII, 65-75.

González, Tadeo Masís. (2022). Capitalismo de plataformas, producción y consumo de música: el caso de Spotify. *Revista de las artes*, 81(2).

Mejías, U.A & Couldry, N. (2019). Colonialismo de datos: repensando la relación de los datos masivos con el sujeto contemporáneo. *Virtualis*, 10 (18), 78-97.

Personal Data: The Emergence of a New Asset Class. (2011). *World Economic Forum*.

Uber: ¿transportista o intermediaria en el transporte? El caso español. (2017) *Revista de Estudios Europeos*, 70.