

LA CONSTITUCIÓN DE SUBJETIVIDAD EN SPOTIFY. PLATAFORMAS DE STREAMING, RECOMENDACIONES ALGORÍTMICAS Y ESCUCHA MUSICAL

DOSSIER

DIEGO HERNÁN PÉREZ RÍOS – diegoperezrios@yahoo.com.ar
Universidad de Buenos Aires, Argentina.

ARK CAICYT: <https://id.caicyt.gov.ar/ark:/s16668979/cimdqr7ij>

DOI: <https://doi.org/10.62174/arg.2025.10812>

FECHA DE RECEPCIÓN: 13-3-2025

FECHA DE ACEPTACIÓN: 26-9-2025

Resumen

Este artículo se centra en la constitución de la subjetividad a través de la relación entre los oyentes-usuarios y Spotify, mediante la escucha musical en *streaming* y el uso de la plataforma. Se aborda el proceso de algoritmización, que afecta a los individuos diariamente mediante sistemas de recomendación, asistencia y control. La investigación se desarrolló mediante la aplicación del método teórico realizando tareas de revisión bibliográfica, definición conceptual y análisis de enfoques previos sobre la temática tratada. Las principales conclusiones indican que Spotify, como dispositivo de control tecnológico, opera en la práctica de la escucha a través de algoritmos que intentan direccionar usos y elecciones, aunque en constante tensión con las decisiones individuales. Por ende, la subjetividad no surge solo del direccionamiento algorítmico, sino también de la apropiación social y el uso consciente por parte de los oyentes-usuarios. Esta interacción entre producción algorítmica y construcción subjetiva conforma lo que se denomina constitución de subjetividad en el contexto del *streaming*, expresada como producción + construcción = constitución o prod(constr)ucción de subjetividad. Así, la subjetividad se entiende como un proceso dinámico y relacional que emerge de la intersección entre tecnología, cultura y acción individual.

Palabras clave: subjetividad, Spotify, *streaming*, algoritmos, escucha musical

THE CONSTITUTION OF SUBJECTIVITY IN SPOTIFY. STREAMING PLATFORMS, ALGORITHMIC RECOMMENDATIONS AND MUSIC LISTENING

Abstract

This article focuses on the constitution of subjectivity through the relationship between listeners and users of Spotify, through music streaming and their use of the platform. It addresses the

process of algorithmization, which affects individuals daily through recommendation, assistance, and control systems. The research was conducted through the application of a theoretical method, performing bibliographic reviews, conceptual definitions, and analyzing previous approaches to the topic at hand. The main conclusions indicate that Spotify, as a technological control device, operates in the practice of listening through algorithms that attempt to direct uses and choices, albeit in constant tension with individual decisions. Therefore, subjectivity arises not only from algorithmic direction, but also from social appropriation and conscious use by listeners and users. This interaction between algorithmic production and subjective construction constitutes what is called the constitution of subjectivity in the context of streaming, expressed as production + construction = constitution or prod(const)uction of subjectivity. Thus, subjectivity is understood as a dynamic and relational process that emerges from the intersection of technology, culture and individual action.

Keywords: subjectivity, Spotify, streaming, algorithms, music listening

1. Introducción

Este artículo se propone desplegar una reflexión crítica y rigurosa sobre el impacto de las tecnologías digitales en las prácticas y procesos culturales contemporáneos, con la premisa fundamental de superar los enfoques simplistas basados en un determinismo tecnológico que reduce a los sujetos a ser receptores pasivos. La investigación, realizada mediante el empleo del método teórico, se orienta hacia una perspectiva relacional y dialéctica que reconoce la agencia activa de los usuarios y la co-construcción dinámica entre tecnologías y sociedades. En esta línea, el texto se estructura en siete apartados temáticos que articulan un abordaje plural y crítico de las transformaciones sociales y subjetivas mediadas por la digitalización y sus algoritmos.

En primer lugar, el apartado sobre el “Impacto de las tecnologías en la vida cotidiana” ofrece una crítica al determinismo tecnológico (Feenberg, 2005, 2012; Frith, 1999; Katz, 2004), subrayando la necesidad de comprender la tecnología como un entramado relacional donde se co-construyen usos y significados sociales, políticos y culturales (Pinch y Oudschoorn, 2003). El siguiente apartado aborda las “Apropiaciones de uso de la tecnología”, enfatizando a los usuarios como

arquitectos activos de sus prácticas mediadas (Thompson, 1998), que reelaboran y resignifican criterios sociales, de poder y subjetividades, bajo una perspectiva sociotécnica compleja (Magaudda, 2010). El tercer y cuarto bloque abordan respectivamente, las “Prácticas de control y prácticas de liberación y el Bio-tecnopoder”, donde se aplican los conceptos de biopolítica blanda (Cheney-Lippold, 2011) y gubernamentalidad algorítmica (Rouvroy y Berns, 2013) en el despliegue de mecanismos de vigilancia y control suave que operan en el núcleo de la subjetividad, dialogando con la producción maquínica (Guattari, 2006) y el poder-saber (Foucault, 1997). La quinta sección profundiza en la “Relación entre humanos y no-humanos” (Latour, 1991), planteando la subjetividad como resultado de redes socio-técnicas rizomáticas (Deleuze y Guattari, 2002; Latour, 2008), donde coexisten agencias híbridas en continuas negociaciones. El sexto apartado se detiene en la tensión dialéctica “Entre la elección personal y el direccionamiento algorítmico”, problematizando la ambivalencia entre la influencia algorítmica y la capacidad de resistencia y resignificación por parte de los usuarios (Beuscart, Coavoux, y Maillard, 2019; Pérez Ríos, 2022, 2024). El séptimo eje aborda “El poder algorítmico y la subjetividad distribuida”, destacando la modulación blanda, ubicua y rizomática del control digital, desmontando la concepción clásica de sujeto soberano para proponer una subjetividad interconectada y distribuida en ecosistemas técnicos y sociales (Kassabian, 2013). El último apartado desarrolla la articulación dialéctica entre la “Producción, construcción y constitución de subjetividad”, donde la incidencia algorítmica y la apropiación activa del usuario (DeNora, 2000) se co-definen en un proceso dinámico y plural que evita reduccionismos y valora la complejidad sociotécnica (Karakayali, Kostem y Galip, 2017; Pérez Ríos, 2022, 2024).

Este enfoque teórico trata de aportar una herramienta conceptual capaz de captar la profundidad sociopolítica de las transformaciones generadas por la algoritmización de la vida social, ejemplificada particularmente a través de la plataforma Spotify. En este sentido, el estudio evidencia cómo las tecnologías de la información y comunicación no solo rediseñan modos de escucha y consumo cultural, sino que configuran nuevas formas de poder, identidad y resistencia,

remodelan procesos de subjetivación y despliegan espacios de tensión entre el control y la autonomía creativa. En definitiva, este artículo intenta contribuir a la crítica contemporánea de la tecnología integrando sus dimensiones culturales, políticas y afectivas, proponiendo una lectura actualizada de la experiencia subjetiva en la era digital.

2. El “impacto” de las tecnologías en la vida cotidiana

En este tipo de trabajos sobre la relación de los sujetos con la tecnología ha persistido la impronta dominante de atribuir a la tecnología una capacidad de transformar por sí misma la vida cotidiana. Esta perspectiva tiende a limitar el uso de las nuevas tecnologías al dominio de las competencias digitales y, por ende, entiende que este uso está determinado exclusivamente por las potencialidades brindadas por la tecnología y no por las posibilidades de los sujetos. Esta es la idea de que las herramientas, máquinas y otros artefactos de la invención humana tienen consecuencias inevitables e irresistibles para los usuarios y para la sociedad en general. En consecuencia, bajo este enfoque, se suele hablar de la ‘influencia’, del ‘impacto’ y de los ‘efectos’ de las tecnologías en la vida cotidiana, lo cual limita la capacidad de los sujetos a su mero consumo. Este tipo de enfoque invadió, históricamente, nuestra discursividad sobre la tecnología, como muestran varios ejemplos: “la TV ha reestructurado la vida cotidiana de la familia”; “la fotografía ha modificado la forma en que vemos el mundo”; “la computadora ha cambiado todo”, y “la grabación influyó la actividad humana” (Katz, 2004, pp. 3, 4). Todos estos ejemplos sobre los “efectos” que imputan poderes causales a la tecnología evidencian un corte de sesgo netamente determinista, en el sentido de explorar la relación que se establece entre los dispositivos y los sujetos.

A pesar de que a menudo respondemos a la tecnología dentro de un contexto de opciones limitadas que no son de nuestra propia creación, debemos recordar que, al final, la influencia de la música grabada se manifiesta en las acciones humanas y sociales. Y aunque la grabación influye en la actividad musical, no se debe alentar el determinismo tecnológico, ni una forma ingenua del mismo, que excluiría el papel de la agencia humana afirmando que las máquinas, directa y exclusivamente,

‘dictan’ la forma en que deben ser utilizadas (Katz, 2004, p. 71), o lo que particularmente algunos también llaman puro y duro determinismo, en el que la tecnología también actúa, al igual que en el determinismo ingenuo, “(...) de manera autoritaria generando una “jaula de hierro” inmune a las presiones externas” (Giuliano, 2016, p. 76).

Simon Frith (1999) sostiene que hay otros elementos que se deben tener en cuenta en los cambios culturales, como fuerzas sociales y políticas en la transformación de la manera de concebir la música y en la determinación de cómo comprender la propia tecnología. Frith duda que la tecnología haya alterado la música, tanto la creación musical como la escucha musical, donde sencillamente los nuevos artefactos son adaptados de forma más eficaz, más barata y más provechosa al estado de cosas ya existentes, por lo que afirma que las tecnologías no son la clave del cambio musical (Frith, 1999, p. 22). Deducir el futuro de la música a partir de los aparatos tecnológicos como tales sería un error, tanto como nombrarlos como “el futuro” o “el cambio” (Campos García, 2004, p. 117). Tampoco se debe olvidar que los cambios en los comportamientos sociales nunca son impulsados únicamente por la tecnología, si bien el aumento de la popularidad de los servicios de transmisión de música, como Spotify, trajo consigo cambios estructurales notables en la relación entre la música y el oyente. Dicho de otra manera, no es simplemente la tecnología la que determina un ‘impacto’ de la música grabada, sino que es la relación entre la tecnología y sus usuarios la que hace posible ciertas consecuencias sobre el uso, la escucha, la difusión, la creación, el consumo, etcétera, de la música grabada (Katz, 2004, pp. 3, 4). La influencia que se describe no fluye pues en una sola dirección, desde la tecnología al usuario, sino que los propios usuarios la transforman y se transforman también con su uso. La música grabada y escuchada a través de Spotify satisface las necesidades, deseos y metas de los oyentes-usuarios, y al hacerlo la tecnología los influye continuamente y a su vez ellos influyen en la misma. El impacto de la reproducción musical vía Spotify se manifiesta en las acciones de sus usuarios y estas acciones impactan en el funcionamiento de la plataforma, dado que son monitoreadas y evaluadas permitiendo a la plataforma obtener una enorme masa de datos (sobre su

consumo de canciones, artistas, ubicación, desplazamientos, saltos de canción, aleatoriedad, etcétera). Esto constituye lo que puede ser entendido como la paradoja del oyente-usuario, dado que los oyentes se apropian de la plataforma mediante su uso y sus escuchas, pero a su vez alimentan el mecanismo de algoritmos de recomendación. Por todo ello es pertinente cuestionar tanto la perspectiva determinista y sus presupuestos, a partir de lo que Feenberg denomina una “teoría crítica de la tecnología” (2005, 2012), pero también permanecer atentos a no caer en un reduccionismo sociologicista, por lo que se deben abordar los vínculos entre las tecnologías y la sociedad como una interrelación, en permanente proceso de construcción, entre objeto técnico y sujeto social. Para dar cuenta de este vínculo es preferible utilizar el concepto de “apropiación” (Thompson, 1998) por sobre la noción de consumo. La apropiación es entendida como el proceso material y simbólico de interpretación y dotación de sentido respecto a un determinado artefacto cultural por parte de un grupo social. Mientras que la categoría de consumo presupone que las posibilidades de acción vienen predeterminadas y cerradas en las propias tecnologías, el concepto de apropiación pone el énfasis en la capacidad de los sujetos para volverlas significativas de acuerdo a sus propios propósitos. Los procesos de apropiación de la tecnología por parte de los usuarios incluso podrían entenderse en términos de domesticación (Magaudda, 2010), a propósito de las tecnologías digitales para compartir, almacenar y escuchar música. Las tecnologías también son apropiadas emocionalmente, dado que el significado no estaría en la tecnología en sí misma, sino en los usos particulares que le dan los sujetos en sus experiencias personales (Sonvilla-Weiss, 2010). Entonces, frente al ‘determinismo tecnológico’ se debe plantear la importancia de explorar la relación inversa, la interacción ‘humano - no humano’ desde los sujetos hacia los dispositivos (incluso sin olvidar que detrás del código técnico que constituye lo ‘no humano’, también hay humanos), una relación que se establece entre las diferentes potencialidades tecnológicas y los modos de apropiación y uso de la tecnología (como Spotify) que realizan los oyentes-usuarios según los diferentes contextos y lugares, y, en ese nexo complejo entre la recomendación de cierto tipo de consumo por parte de

Spotify y la elección, uso o apropiación que realizan los oyentes-usuarios, es donde parece más interesante poner el foco analítico. Esta posición se ubicaría como más cercana al marco CTS (Ciencia, Tecnología y Sociedad) de relación de co-construcción entre tecnología y sociedad, donde los oyentes-usuarios de música co-construyen tecnologías en el contexto de uso, llenando de significado la experiencia diaria (Pinch y Oudschoorn, 2003).

3. Apropiaciones de uso de la tecnología

Los usuarios son, de hecho, parcialmente arquitectos de su propio uso de las tecnologías, ya que el resultado de su apropiación de las mismas tiene sus raíces en la evolución de las prácticas sociales compartidas, que se han asentado en las relaciones sociales de las personas y en la forma de los objetos técnicos que utilizan. En la apropiación de una nueva tecnología, los usuarios pueden cuestionar sus propias prácticas ‘naturalizadas’ y, por tanto, sus relaciones sociales, sus pasiones y sus formas de actuar, pero partiendo siempre del universo de prácticas socialmente organizadas (Magaudda, 2010, p. 7). Para el usuario, construir una tecnología significa desarticular y rearticular este universo de prácticas, en un proceso interactivo que involucra formas de acción socialmente organizadas y las posibilidades que ofrecen las nuevas formas tecnológicas. En consecuencia, para captar la dimensión simbólica, la construcción de sentido y los procesos de significación de la incorporación de la tecnología, no deberíamos conformarnos únicamente con los datos observables, sino que habría que remitirse a las dimensiones y universos simbólicos pre-existentes en la vida cotidiana de los actores sociales estudiados. Por lo tanto, los usos de las nuevas tecnologías relacionadas con la música digital toman forma a partir de la articulación de prácticas previamente incorporadas por los usuarios a través de la interacción también con otros objetos técnicos, no solo Spotify u otros servicios de *streaming*. Estas prácticas son formas de actuar socialmente organizadas a través de la experiencia y el uso de otras formas tecnológicas precedentes (fonografía, radio, etcétera), tanto como los diferentes soportes musicales (discos, casetes, etcétera). La forma que asumen las nuevas tecnologías es el resultado de la capacidad del usuario para reelaborar su propio universo de prácticas, es decir, de objetos,

relaciones sociales, modos de hacer y pasiones, que debe rearticular a través de nuevas y diferentes formas de mediación tecnológica (Magaudda, 2010, p. 7). En este sentido, es preciso vislumbrar las relaciones de poder, las diferencias de género y edad e incluso hasta las diferencias biográficas que operan en las formas de apropiación tecnológica, además del código de las relaciones que establecen los sujetos con Spotify (uso, apropiación, estatuto imaginario) y los efectos que produce la plataforma, en tanto objeto tecnológico y cultural con significado, sobre la subjetividad. Por lo tanto, para realizar un análisis en este campo de estudio, hay que poner atención en ambos polos de la relación establecida, pues la interrelación se genera entre objeto tecnológico-digital (Spotify y sus recomendaciones algorítmicas), y sujeto social (oyentes-usuarios y sus apropiaciones), y se configura y reconfigura en un proceso permanente. Por ello, la lógica de la innovación tecnológica no se presenta únicamente como el producto de los efectos de las tecnologías en el mundo social, ni es únicamente el resultado de las acciones creativas e individuales de las personas. La agencia de la innovación técnica radica sobre todo en la forma que toma, de vez en cuando, en la esfera de uso, por la configuración precaria y contingente de prácticas sociales y tecnológicas (Magaudda, 2010, p. 7).

4. Prácticas de control y prácticas de liberación

Foucault (1999) entendió que los sujetos nunca son sujetos soberanos. En el caso de Spotify, que intenta condicionar las escuchas y encauzar ciertas formas de utilización de la plataforma, los oyentes no serían sujetos soberanos al estar condicionados y/o direccionados por todo el complejo sistema de control y gubernamentalidad algorítmica (Rouvroy y Berns, 2013) que da forma al dispositivo. Entonces, el oyente-usuario de Spotify, si bien puede realizar una elección personal sobre lo que desea escuchar, también es amablemente persuadido, 'invitado' a explorar y descubrir música mediante recomendaciones algorítmicas y un direccionamiento de escucha y consumo ejercido por el funcionamiento sutil de técnicas de control y modulación. No obstante, Foucault (1991) también argumentó que los sujetos pueden constituirse de una manera más autónoma a través de prácticas de liberación, sobre la base de reglas, estilos e

invenciones que se encuentran en el entorno cultural, como, por ejemplo, la escucha musical y el uso y apropiación de Spotify. Dichas apropiaciones en el uso de la plataforma pueden ser pensadas como tecnologías del yo (Foucault, 1990), como tecnologías de auto-dominación en el sentido de que el individuo actúa sobre sí mismo, construyéndose en base a sus propios ideales y, en este caso de estudio, en base a sus elecciones y apropiaciones durante la escucha. De acuerdo a estas dos posiciones definidas por Foucault, Potte-Boneville define a la subjetividad foucaultiana como a la vez “libre y atada” (2004), lo cual se puede imbricar con la paradoja que asume la subjetividad dentro del campo de la sociología: como un constructo teórico inscripto alrededor del concepto de individuo, pero siempre en relación con su par dicotómico, la sociedad, encontrándose en tensión permanente entre ser un fenómeno social, donde las subjetividades son el punto de aplicación de técnicas de control, y, por otro lado, “una sensación de extrañeza” de esos contextos sociales, que consiste en el “ideal de construir un dominio sustraído de lo social” (Martuccelli, 2007, p. 369). En la medida que los sujetos establecen interacciones con los dispositivos, habilitando ciertos tipos de uso, se apropian de estos objetos tecnológico-culturales y los usan como medios y materiales para “construir estados subjetivos particulares” (Benzecry, 2012, p. 32), mediante la “personalización de sus entornos” (Bull, 2010), lo que demuestra que poseen la capacidad para volver significativo el uso de las tecnologías, de acuerdo a sus propios propósitos. Por todo ello se postula que la subjetividad constituye un proceso, un movimiento de una “voluntad de fuga” (prácticas de liberación) que enfrenta oposiciones (control algorítmico), frente a lo cual “la mirada sociológica debe hacer de la subjetividad una dimensión total del individuo” (Martuccelli, 2007, p. 388). Entonces, las máquinas tecnológicas no-humanas de información y comunicación en general (y los dispositivos tecno-musicales, como es el caso de Spotify) “operan en el corazón de la subjetividad humana, no únicamente en el seno de su memoria y de su inteligencia, sino también de su sensibilidad, de sus afectos y de sus fantasmas inconscientes” (Guattari, 2006, pp. 14, 15), por lo que hay un doble juego en la conformación de la subjetividad: por un lado, los individuos intentan conformarla de maneras más autónomas a través de prácticas

de resistencia y liberación y de sus tecnologías del yo ejemplificadas en sus escuchas, usos y apropiaciones, y por otro lado, el operativo de Spotify, como dispositivo tecnológico, funciona como un agenciamiento que es productor y modulador de una subjetividad maquínica de los oyentes, en tanto que intenta delinear los estándares, valores y políticas cambiantes que trazan y dan forma a la vida y al “alma” de sus usuarios.

5. Bio-tecno-poder

Para Foucault (1997) el alma existe en tanto subjetividad (p. 39), tiene una realidad (aunque es incorpórea), y se produce en la superficie y el interior del cuerpo como un pliegue, dentro del pensamiento, como “producto de una subjetivación” (Deleuze, 1987, p. 133), que se puede reconocer en el correlato actual de cierta tecnología de poder (direccionamiento algorítmico de escuchas y usos de la plataforma Spotify), siendo el elemento donde “se articulan los efectos de determinado poder y la referencia de un saber (...) y el saber prolonga las relaciones de poder” (Foucault, 1997, p. 39). Este ejercicio de poder-saber que ejerce la plataforma mediante la interpelación algorítmica sobre los millones de usuarios activos que posee en todo el mundo, como si se tratase de su propia población, Cheney-Lippold (2011) lo ha descrito como “biopolítica blanda”, en tanto un nuevo modo de categorización que reevalúa los modelos de poder y taxonomía en la biopolítica foucaultiana. La noción foucaultiana de poder-saber se actualiza en esta biopolítica blanda, desdoblándose en múltiples pliegues en su relación con los modos de subjetivación por medio de los sistemas algorítmicos de recomendación, dando lugar, en el entramado o ecosistema de plataformas, a una gubernamentalidad algorítmica basada en la recolección, agrupación y análisis automatizado de datos en cantidades masivas que permiten modelizar, anticipar y afectar los comportamientos posibles. Esto implica, como sostiene Rouvroy y Berns (2013), “una aparente individualización de la estadística” que opera alrededor de “su propio perfil automáticamente atribuido y evolutivo en tiempo real” (p. 170). Se trata de una práctica estadística que se desarrolla como si estuviéramos de acuerdo con ella, o como una “adhesión por defecto a una normatividad tan inmanente como la de la vida misma” (p. 170). Por lo tanto, el

biopoder del tecnocapitalismo avanzado, en este complejo entramado tecnológico de informática distribuida que constituye un actor-red (Latour, 2008), permite lograr un funcionamiento de conjunto entre plataformas, multidispositivos y usuarios en la vida cotidiana (Barile y Sugiyama, 2015, p. 7). De este modo se intenta delinear las prácticas que trazan y dan forma a la vida de los millones de usuarios de *streaming*, dado que los datos y los archivos se convierten en experiencias humanas significativas, como lo puede ser un listado de canciones. Es por ello que no se puede pensar en la música escindida de la tecnicidad de los aparatos y de su ejercicio de poder y control inmaterial. Los artefactos tecnológicos se convierten así en el instrumento más importante e influyente en la actual sociedad, cuya organización básica es la del proceso informatizado como paradigma del control tecnológico, donde las acciones pretenden ser reducidas, en cierta forma, a una serie de automatismos pre-condicionados. Spotify colabora con ello instituyendo formas blandas o suaves de control social y formas de cohesión más efectivas y agradables, basadas en el “valor emocional de los nuevos dispositivos” (Barile, 2013, p. 102). Esto se lleva a cabo bajo la apariencia de una “sensación de libertad” (Pérez Ríos, 2024, p. 99), que conduce a los sujetos a identificarse con la existencia que se les pretende imponer y en la cual encontrarían su propio desarrollo y satisfacción (Marcuse, 1993). Esta “sensación de libertad” hace que el uso de las plataformas y los dispositivos tecno-musicales se encuentre naturalizado y no se cuestione en tanto se asimila como dato objetivo de la realidad social, tornándolo sentido común, quedando las relaciones sociales (de los humanos en la escucha) veladas por las relaciones entre las cosas (no-humanos, tecnologías). De este modo se establece en el campo de la cultura, una reducción de la misma a su común denominador, la forma mercancía, tratando de impedir (en tanto forma de alienación mercadotécnica), que los sujetos organicen su escucha como expresión de su propia subjetividad, mediante la personalización de sus entornos a través del sonido, posibilidad incluso brindada por Spotify. De esta manera procede Spotify (y las plataformas de *streaming* en general): presenta un cúmulo de mercancías en forma de millones de canciones diferentes, lo cual brinda a los usuarios demasiadas opciones dado que el catálogo de Spotify a nivel

mundial supera los 100 millones de canciones, según afirma la propia empresa (Shubham, 2025), 8 mil millones de listas de reproducción (Shepherd, 2025) y aproximadamente 120.000 canciones nuevas “subidas” todos los días según datos de finales de 2023 (Cruz, 2023), por lo que revisar todo el catálogo es una tarea imposible de abarcar para cualquier oyente-usuario, dado que equivale a miles de años de canciones. Por lo tanto, el rol de los sistemas de recomendación se vuelve fundamental para recomendar canciones relevantes en el caos de la sobrecarga de información, gracias a muchos “pequeños consejos” maquínicos, calculados para cumplir con los requisitos de las necesidades subjetivas, donde la vida se volvería más simple (Airoldi, 2018, p. 4).

Comprensiblemente, la reducción de decisiones, que fomenta la recomendación algorítmica a través de la recopilación continua de datos de usuarios, también transforma la forma de pensar. Una vez que los individuos están acostumbrados a tener una plataforma de ese tipo a su disposición, su estilo cognitivo y sus capacidades son moduladas por este servicio, para ser atraídos hacia recompensas artificiales como “me gusta” y “comparte. Una vez que los oyentes se convierten en clientes habituales de servicios como Spotify, adaptan sus actividades diarias según la promesa de entregarles a pedido música altamente dirigida, y se habitúan a rechazarlas casi al instante cuando fallan (Hu, 2016). Además, los criterios para recomendar canciones pueden ser entendidos como productos culturales, cristalizaciones socio-históricas que ocultan la dinámica de poder. Por lo tanto, las tecnologías sonoras deben ser consideradas como tecnologías políticas que participan en la producción de formas de subjetividad a través de la escucha. En tanto los contenidos de la subjetividad dependen cada vez más, como sostiene Guattari (2000), de una multitud de sistemas maquínicos (en el caso de Spotify y las plataformas de *streaming*, se trata de máquinas informático-musicales), el dominio de la escucha no puede escapar de la invasiva asistencia informática. En otras palabras, la relación establecida entre la práctica de la escucha efectuada por los sujetos sociales y cierto tipo de tecnología de reproducción de música grabada, se trata de una relación entre humanos y no-humanos (Latour, 1991), o entre

máquinas “antropomorfas” y humanos tecnologizados, que decanta en la generación de contenidos de subjetividad.

6. Relación entre humanos y no-humanos

El dispositivo Spotify genera arreglos específicos entre humanos y tecnologías cuyas mediaciones e interacciones, sostiene Ruppert (2011), no solo representan poblaciones, sino que también producen sujetos. En dicho sentido Guattari (1995) planteaba que “el capitalismo moderno a través de los medios de comunicación y de los equipamientos colectivos produce un nuevo tipo de subjetividad en gran escala” (p. 204). La tecnología imbricada con la cultura de masas, entonces, puede ser planteada como el elemento fundamental que interviene en la “producción de subjetividad capitalista”, dando existencia a una “máquino-dependencia” de la subjetividad (Guattari, 2000), donde el consumo (en este caso, de sonidos) mediado tecnológicamente representa en la actualidad una forma cada vez más importante de ‘estar-en-el-mundo’, de producir subjetividad.

Spotify, en tanto plataforma de *streaming* musical, funciona por agregados o por agenciamientos, cuya suma genera un ecosistema de plataformas (Tiwana, 2014). En este contexto de sistemas maquínicos o ecosistema de plataformas “ningún dominio de opinión, de pensamiento, de imagen, de afectos, de narratividad puede después de todo pretender escapar a la empresa invasiva de “la asistencia por computador, de los bancos de datos, de la telemática” (Guattari, 2000, p. 15), puesto que, como ya advertía Deleuze (1999), las sociedades de control, como las actuales, actúan mediante máquinas de un tercer tipo, máquinas informáticas y ordenadores. En este sentido, Horvat sostiene que la tecnología “nos está llevando a una nueva forma de totalitarismo, [donde] el individuo se convierte en un engranaje del entramado tecnológico” (citado en Pascual, 2020), al cual rinde una servidumbre maquínica al no ser “consciente de lo inmerso que está en distintos tipos de tecnologías y de cómo eso modula su existencia” (citado en Pascual, 2020), encontrándose en una situación en la que ya ni siquiera sabe que es libre. Pero... ¿se puede estar al margen de las innovaciones tecnológicas? ... “No se puede, [responde Ferrer], pero “es el tipo de relación que tenemos con ellas lo que

importa pensar y subvertir” (citado en Martyniuk, 2012), dado que como plantean Guattari (2006) y Mumford (2008) la tecnología puede ser usada para bien o para mal, positivamente o negativamente. Al respecto, Feenberg (1999) sostiene que las tecnologías son fuerzas que moldean y condicionan a la sociedad, por lo que “lo que aparentan ser meras elecciones instrumentales son en realidad elecciones acerca de la forma de la vida social y política que construye una sociedad” (Giuliano, 2008, p. 375). Por ello Feenberg (1999), propone alcanzar una racionalidad tecnológica mediante una “racionalización democrática” que implica participación ciudadana responsable y libre respecto a la tecnología (pp. 131-147). En este sentido Quintanilla (2009) y Parselis (2016, 2018) promueven el desarrollo de tecnologías entrañables en oposición a las tecnologías alienantes, que serían tecnologías que no sólo podríamos adoptar y comprender en nuestra vida cotidiana, sino también apropiarnos de ellas, controlarlas, en lugar de que nos controlen, e incluso tomar parte en su diseño. Es por ello que las posturas de determinismo teleológico presentes tanto en Pascual (2020) como en Sadin (2017), que sostienen que la tecnología siempre acarrea consecuencias fatídicas para los individuos, deben ser matizadas. En dicho sentido, Guattari y Rolnik (2006) entienden que la producción maquínica de subjetividad trabaja para lo peor, cuando produce “individuos normalizados, articulados unos con otros según sistemas jerárquicos, sistemas de valores, sistemas de sumisión; no se trata de sistemas de sumisión visibles y explícitos, (...) sino de sistemas de sumisión mucho más disimulados” (p. 28), como por ejemplo podría plantearse respecto al funcionamiento algorítmico de Spotify. Dichos sistemas, sostiene Guattari, no son «interiorizados» o «internalizados», lo que implicaría una idea de subjetividad como algo dispuesto para ser llenado, sino que simplemente producen subjetividad, tanto subjetividad de los individuos (individuada) como “una producción de subjetividad social que se puede encontrar en todos los niveles de la producción y del consumo. Más aún, producción de subjetividad inconsciente” (Guattari, 2006, p. 29). A esa máquina de producción de subjetividad Guattari opone la idea de que es posible desarrollar modos de subjetivación singulares, donde la producción maquínica de subjetividad trabajaría para lo mejor,

generando aquello que podríamos llamar “procesos de singularización” (prácticas de liberación en Foucault, construcción de un dominio individual en Martuccelli, o la noción de Giddens [1995] del yo como un proyecto reflexivo que implica la producción activa de la propia identidad a lo largo del tiempo). Estos procesos de singularización, prácticas de liberación y construcción de individualidad son una manera de rechazar todos esos modos de codificación preestablecidos, todos esos modos de manipulación y de control algorítmico; rechazarlos, sostiene Guattari (2006), para construir modos de sensibilidad, modos de relación con el otro, modos de producción, modos de creatividad que produzcan una subjetividad singular (p. 29).

7. Entre la elección personal y el direccionamiento algorítmico

La subjetividad, entonces, en tanto concepto sociológico, está siempre en relación basculante entre los polos individuo-sociedad, y en una tensión permanente que, en el caso de Spotify, se manifiesta entre un direccionamiento por parte de la plataforma hacia un tipo de escucha y consumo (incluso sin ser percibido por los usuarios, cuando por ejemplo no admiten escuchar algo, o sostienen que eligen su música y no se dan cuenta del direccionamiento algorítmico) y las apropiaciones de uso de la misma que realizan los oyentes (Pérez Ríos, 2022, 2024). Dicha tensión se da en gradaciones, de mayor apropiación a mayor direccionamiento y viceversa, donde el mayor direccionamiento implica hasta la incapacidad del oyente de percibir la operación de influencia sobre sí mismo, hasta el de mayor apropiación de aquellos que ofrecen resistencias, por ejemplo, intentando *hackear* las recomendaciones, o realizando “saltos” en función de lo que se desea escuchar (Pérez Ríos, 2022, p. 417). Por lo tanto, puede sostenerse que las recomendaciones algorítmicas de Spotify no obligan (Pérez Ríos, 2024, p. 99), sino que aconsejan una determina escucha, pero como sostiene Igarza, intentando “orienta[r] el consumo en función de ciertos intereses” (en Guerschuny, 2018). Entonces, la subjetividad y el sentido del yo se configurarían por la variedad y la multiplicidad de las prácticas (Gilbert y Pearson, 2003, p. 249), tanto de control (por parte de Spotify), como de liberación (por parte de los oyentes y usuarios), que se encuentran en tensión. Por lo tanto, puede entenderse que “si el sonido contribuye hoy y de manera

significativa al control biopolítico (...), al actual modelo de interiorización del control y la captación de lo sensible, la escucha puede permitirnos una reapertura” (Barbanti, 2017, p. 95) por medio de prácticas de liberación y procesos de singularización. Así se enfatiza la capacidad y responsabilidad del sujeto para actuar sobre el propio acto de escucha musical, y actuar incluso sobre la propia música reproducida (mediante la manipulación y apropiaciones de la plataforma Spotify, como usuario). Se le atribuye también al sujeto la máxima responsabilidad en el fenómeno musical, que es la de crear constantes significados culturales a partir de su uso de la tecnología y del espacio y habilidades en el que se desarrolla el acto de la escucha (Pinch y Bijsterveld, 2004, 2012). Respecto a ella, Michael Bull (2010) planteaba que, por primera vez desde el nacimiento de la cultura industrializada, más de la mitad de la población es capaz de personalizar cualquier parte de su entorno gracias a un teléfono móvil. Entonces, a partir de la década de 1980 y ya consolidado en el siglo XXI, el consumo de sonidos mediados tecnológicamente representa una forma cada vez más importante de, según la terminología heideggeriana, “estar-en-el-mundo”, de construir subjetividad. Se trata de un cambio psicológico y social experimentado por el oyente, cuyo ‘yo’ reclama un territorio sonoro móvil a través de una especie de ‘compuerta sensorial’, que le permite filtrar los sonidos que no le interesan y crear el paisaje sonoro que más le satisface. La escucha musical, entonces, constituye “uno de los recursos privilegiados que los actores utilizan cuando emprenden la práctica estética reflexiva de subjetivarse a sí mismos” (DeNora, 2000, p. 158), al mismo tiempo que Spotify intenta establecer un tipo de control algorítmico que conduce a experiencias de escucha formateadas. Como resultado de su flexibilidad a nivel infraestructural, existe el riesgo de que estos sistemas algorítmicos se perciban como métodos de organización naturales y objetivos, donde las regularidades en el comportamiento humano, las asociaciones simbólicas establecidas, las barreras informativas, sociales y culturales, por lo tanto, corren el riesgo de ser reforzadas y tecnológicamente perpetuadas, reduciendo el espacio para el cambio y lo inesperado. Este proceso se confía a la minería de datos y se implementa en tiempo real, por lo que las consecuencias posibles son, ciertamente, a una escala mayor

(Airoidi, 2018, p. 7). El problema del *big data* no es solo una cuestión de privacidad y protección de la información personalmente sensible, ni la forma en que nos estamos convirtiendo en una gran cantidad de datos colectivos, sino que se trata de una ‘fotografía’ dinámica, cuantitativa y multidimensional de diferentes prácticas sociales, que conecta esos datos relativos a la vida cotidiana con sistemas expertos capaces de analizar y conducir las elecciones personales (Barile y Sugiyama, 2015, p. 21). Entonces, se debería adoptar una postura más crítica con preguntas tales como, qué tipo de contenido promociona Spotify y todas las demás plataformas, y qué tanto poder tienen esas plataformas en este momento, puesto que “detrás de cada clic se esconde una compleja interacción social” (Fernández, 2018, p. 14). Debido a ello se remarca que es importantísimo realizar una inspección crítica de los sistemas algorítmicos, que ponga en evidencia para todos los usuarios sus formas de funcionamiento. En este sentido, estos sistemas comienzan a ser foco de críticas (Cheney-Lippold, 2011; Seaver, 2019), dado que generan preocupación por el alto grado de vigilancia y control ejercido por parte de las plataformas, donde surgen planteamientos éticos entre los polos dicotómicos de, por un lado, la agencia de los oyentes (apropiación voluntaria de una escucha autónoma), y por otro, el direccionamiento musical algorítmico y la estandarización de una escucha heterónoma (Beuscart et al., 2019). Dicho vínculo de tensión constante entre usos y apropiaciones y sugerencias algorítmicas da cuenta de la interrelación o “dualidad microfísica entre control y subjetivación” (Rodríguez 2018, p. 32) generada entre objeto tecnológico-digital y sujeto social, que se encuentra configurándose y reconfigurándose en un proceso permanente. Este proceso de interrelación puede ser ilustrado, en relación a la postura de Guattari, con el concepto de Kassabian (2013) de “subjetividad distribuida”, que excede los límites de lo individual, y configura la subjetividad social (Guattari, 2006, p. 29). Entonces, un individuo puede personalizar cualquier parte de su entorno por medio de un *smartphone* (Bull, 2010), tal como sucede con Spotify, pero al mismo tiempo, el consumo de sonidos mediados tecnológicamente, donde los oyentes son susceptibles de ser influenciados por las recomendaciones algorítmicas, los hace partícipes de una subjetividad distribuida que opera según un modelo más

parecido al de la informática distribuida que a la de la antigua informática de escritorio. La informática de escritorio consideraba la computadora como una entidad discreta, como el sujeto de la Ilustración: se basaba exclusivamente en el poder de procesamiento de la unidad. En cambio, la informática distribuida (se puede pensar en el *networking*) conecta pequeñas unidades de tal manera que éstas pueden compartir su poder de procesamiento en una especie de fondo común, lo que aplicado a Spotify consistiría en los usos y apropiaciones de los oyentes individuales que, a la vez, le brindan a la plataforma la obtención de información estadística y contextual.

8. El poder algorítmico y la subjetividad distribuida

Spotify exhibe una apariencia de distribución informática que parece llevar a los usuarios al extremo de un aparente proceso de “desintermediación”, por el cual les otorga “todo” el control de la música. Pero, aunque el consumo se encuentra en manos de los usuarios, que buscan canciones de acuerdo con su gusto personal, por otra parte, se trata efectivamente de una nueva re-intermediación porque entre los usuarios y su gusto existe el filtro digital algorítmico. Si bien esta tecnología es cada vez más suave y sensible, sutil, blanda, y hasta imperceptible, penetra constante y profundamente en muchísimos procesos (en el caso de Spotify, tecno-económico-culturales) que se dan en la vida cotidiana (Pérez Ríos, 2022, p. 421). Es interesante subrayar que mayoritariamente los procesos de desintermediación y re-intermediación se hacen posibles a través del teléfono inteligente, que constituye el paradigma tecno-cultural de este tiempo. Los *smartphones* son los dispositivos favoritos para escuchar música dado que los oyentes-usuarios los pueden llevar consigo en todo momento, lo que se denomina “mediatización en movilidad” (Fernández, 2018, pp. 70, 71). Además, son los dispositivos más aptos para la modificación algorítmica de la conducta de los sujetos, puesto que funcionan como “prótesis” digitales, puesto que pareciera no pueden vivir sin ellas y deben colocárselas para salir a la calle diariamente (posibilitando una interfaz humano-no humano: acoplamiento digitales, flujos informáticos). Entonces, ya que las tecnologías nunca son ingenuas, tabletas, *laptops* y *smartphones* aunados a través de internet (máquinas de máquinas, flujos

de flujos) se muestran como tres soportes diferentes con una presencia total, campeando sobre la cotidianidad urbana. Son nuevos soportes de un viejo sistema que se muestra eficaz en la tarea civilizatoria de los individuos congregados en la sociedad, como expresión de un determinado orden social, que depende de un particular balance entre la estructura tecnológica y la agencia de los individuos. En este contexto, “los procesos institucionales –económicos, políticos y culturales– posibilitan, al mismo tiempo que restringen la capacidad de los consumidores para definir su propia relación con la tecnología” (Silverstone y Haddon, 1995, p. 46). Este proceso, que afecta al aspecto fundamental de las experiencias humanas, como son las emociones y el gusto, les añade una dimensión de automatización, facilitada por los dispositivos aplicados en el ámbito de lo cotidiano. Se trata de un nuevo sistema “operativo” basado en el individualismo en red (o subjetividad distribuida a la que alude Kassabian) y en la dirección de una cultura completamente remodelada por el software, considerando la mediación algorítmica como un nuevo ambiente cognitivo automatizado (Barile y Sugiyama, 2015, p. 27).

152

Esta aproximación al poder algorítmico ofrece un poderoso modelo aplicable a la subjetividad distribuida que se relaciona con los sistemas en rizomas o de “enrejados abiertos” que pueden derivar al infinito, establecer conexiones transversales sin necesidad de centrarlos o cerrarlos (Deleuze y Guattari, 2002). También se relaciona con la Teoría del Actor-Red (TAR), que incluso el mismo Latour (2008) especifica que tuvo “la influencia de la metafísica rizomática de Gilles Deleuze, así como de la microfísica del poder formulada por Michel Foucault”, agregando que “ambos filósofos han sido los principales mentores intelectuales del enfoque de la TAR” (p. 190), la cual también es llamada “ontología del actante-rizoma”. Esto permite pensar una red-actor constituida por sujetos actantes relacionados entre sí, en tanto oyentes y usuarios, y Spotify y los dispositivos de reproducción. Cada oyente constituiría entonces un denso nodo en una enorme red, que sería abordada por diversos participantes de maneras distintas y con diferentes niveles de poder, por lo que es muy probable que la cultura algorítmica que surge en los usos sea plural y compuesta (Beuscart et al.,

2019, p. 26). Además, en el uso de la plataforma los esquemas utilizados en la evaluación de los oyentes-usuarios interactúan de manera impredecible con experiencias personales (Seaver, 2012), como por ejemplo recuerdos, información parcial, disonancias cognitivas, amistades, intereses, ansiedades y momentos olvidados. Merced a su imprevisibilidad, la figura del oyente-usuario introduce ideas de generatividad en la teoría de la plataforma. Por ello Martel (2011) juzga a las máquinas como excelentes analizadores de datos, pero considera que se tornan dificultosas para predecir comportamientos y gustos, para elegir o juzgar emociones y sensibilidades. La tecnología, entonces, representa solo un lado de la escucha, puesto que los oyentes todavía conservan capacidad de elección, configuración y el propósito de escuchar música (Klausen, 2014), por lo que se constituyen en constructores de su propia subjetividad. Pero Spotify, contrariamente, intenta producir las subjetividades de sus usuarios mediante el procesamiento estadístico que entregue solo un resultado en forma de lista ordenada de canciones sobre millones de posibilidades. De esta manera pretende “dibujar una figura del oyente calculado, en oposición a la figura del aficionado que explora el funcionamiento de la plataforma y los contenidos que ofrece” (Beuscart et al., 2019, p. 26). Precisamente, es en la idea de que solo existe un resultado, en la que basa Spotify la conveniencia de calcular los deseos, de adivinar matemáticamente las expectativas, y donde se pueden ver las suposiciones culturales inscritas en el código técnico (Airoldi, 2018, pp. 4, 5), que pretenden cristalizar en la figura de un posible futuro oyente algoritmizado o spotificado. Pero dicha figura aún no se encuentra asentada, dado que la mayoría de las reproducciones proviene de una elección explícita y consciente realizada por ellos oyentes, y los modos de exploración activa y autónoma dominan, pese a que a veces no logren percibir el direccionamiento que la plataforma intenta realizar a través de las recomendaciones o mediante el encadenamiento automático de las listas (Beuscart et al., 2019; Pérez Ríos, 2022). Los datos confieren poder, sobre todo en grandes cantidades, pero los algoritmos no entienden a los oyentes realmente, pues ¿quién o qué puede predecir la libertad de lo ecléctico? Por ello es particularmente inquietante que no hayan desaparecido los que, en la jerga

estadística, se denominan “valores atípicos”, casos desviados, que no siguen la tendencia del modelo estadístico y, en consecuencia, comprometen su poder predictivo (Airolidi, 2018, p. 7).

9. Producción, construcción y constitución de subjetividad.

A continuación, presentamos una breve recapitulación que integra y distingue, brevemente, las diversas perspectivas teóricas desarrolladas hasta aquí, para luego plantear, a partir de ello, un esbozo teórico sobre el proceso de constitución de subjetividad.

Spotify define la música como una experiencia que involucra simultáneamente las dimensiones emocional, física y cognitiva del cerebro, ofreciendo así una “ventana para comprender el alma humana”, concepto que enlaza con la noción foucaultiana de subjetividad (Foucault, 1997). En este marco, los sujetos oyentes-usuarios no solo perciben la música desde un punto de vista mental o fisiológico, sino que dicha percepción es también un fenómeno cultural y político, que configura universos simbólicos y posiciones políticas en la construcción de la subjetividad (Bull et al., 2006). La subjetividad para Guattari (1995) no debe ser “considerada como cosa en sí, o esencia inmutable” (p. 204), sino que se compone por un entramado que incluye memoria, inteligencia, sensibilidad, afectos y fantasías inconscientes (Guattari, 2006, p. 14), así como por elementos sociales y culturales que inscriben y conforman identidades y gustos musicales a partir de la escucha (DeNora, 2000, p. 40), que se interiorizan inscribiéndose en los mundos subjetivos particulares de cada individuo. Desde esta perspectiva, la subjetividad no se entiende como una esencia fija, sino como un efecto producido por agenciamientos de enunciación, ejemplo claro es el funcionamiento algorítmico de Spotify, que actúa como tecnología de poder blanda (Cheney-Lippold), como gubernamentalidad algorítmica (Rouvroy y Berns, 2013), rizomática (Deleuze y Guattari, 2002) y ubicua, que modula la subjetividad por medio de una vigilancia suave (Deleuze, 1999), la recolección masiva de datos y la pretensión de direccionamiento de usos y escuchas, que a su vez generan una apariencia de “sensación de libertad” (Pérez Ríos, 2022, 2024), y satisfacción emocional (Barile, 2013). No obstante, el análisis

crítico de la interacción entre plataformas digitales y usuarios rechaza el determinismo tecnológico poniendo énfasis en una racionalidad tecnológica democrática (Feenberg; 1999; Giuliano, 2008) y de tecnologías entrañables (Quintanilla, 2009; Parselis, 2016, 2018), adoptando una mirada que reconoce la co-construcción constante entre usuarios, contextos sociopolíticos y culturales, y tecnologías (Pinch y Oudschoorn, 2003). Esta relación tecnológica entre humanos-no humanos (Latour, 1991), por lo tanto, es siempre relacional y mediada por la agencia activa de los usuarios, quienes no se limitan a consumir pasivamente, sino que resignifican y moldean sus prácticas sociales y subjetividades en interacción con estas tecnologías (Bull, 2010; Feenberg, 2005, 2012; Guattari, 2006; Magaudda, 2010). En este entramado socio-técnico donde se distribuye la subjetividad (Guattari, 2006; Kassabian, 2013), los usuarios son nodos activos en una red de relaciones complejas donde coexisten, entonces, control algorítmico y resistencia creativa. Esta relación entre control y liberación, anclada en la tradición foucaultiana (1999) y enriquecida por la relación establecida con la música y la tecnología, revela una subjetividad en constante disputa (Martuccelli, 2007), situada dentro de ecosistemas técnicos y culturales (Barile y Sugiyama, 2015; Latour, 1991; Tiwana, 2014), que pueden limitar, pero no eliminan, la posibilidad de agencia y transformación (Guattari y Rolnik, 2006). Así, la escucha musical mediada por la tecnología se configura como un espacio paradigmático para la producción estética y política de la subjetividad (DeNora, 2000), donde la diversidad y la resistencia, sustentadas en tecnologías del yo (Foucault, 1990; DeNora, 2000), son elementos fundamentales frente a la creciente estandarización y predictibilidad algorítmica (Beuscart et al., 2019; Pérez Ríos, 2022, 2024).

Teniendo en cuenta los elementos desarrollados en la síntesis teórica precedente, se planteará, a partir de aquí, un esbozo teórico sobre el proceso de constitución de subjetividad, el cual emerge a partir de los sistemas híbridos (humanos y no-humanos) descriptos que generaron ecosistemas tecnológicos y sociales interrelacionados. Para acometer dicha tarea, se emplearán los conceptos de producción (algorítmica) y construcción (personal) de subjetividad.

El concepto de producción algorítmica es utilizado para dar cuenta de la intencionalidad o direccionamiento realizado por parte de la plataforma Spotify por medio de sus recomendaciones, a partir de la recolección de datos en tiempo real, del control sobre la ubicación y consumos, etcétera, hacia un determinado tipo de escucha, y más allá de que los oyentes-usuarios puedan percibirlo o percatarse de ello. Al respecto, Rodríguez (2018) sostiene que “es posible decir que los algoritmos y los metadatos concentran cierta esperanza en la modificación de las conductas y los pensamientos, así como la confianza en generar tendencias de lo que aún no somos” (p. 32). En este sentido el concepto de producción se encuentra en una posición de determinismo tecnológico, no sólo en tanto producción de subjetividad individuada sino como producción de subjetividad social (Guattari, 2006), que, mediante la influencia, el impacto y los efectos que generan las tecnologías en la vida cotidiana, limitan la capacidad de los sujetos al mero consumo.

El concepto de construcción personal enfatiza la capacidad y responsabilidad de los oyentes para actuar sobre sus propios actos de escucha musical (sobre sus elecciones y gustos) y sobre el uso de la plataforma, permitiendo dar cuenta de cómo buscan, en la música que escuchan y consumen mediante Spotify, posibles formas de desarrollar prácticas de liberación y/o resistencia (Foucault, 1999), o modos de subjetivación singulares, generando ‘procesos de singularización’ (Guattari, 2006), en el sentido en que el individuo actúa sobre sí mismo construyéndose en torno a ideales y prácticas, sobre la base de reglas, estilos e invenciones que se encuentran en el entorno cultural. Así, DeNora emplea específicamente el concepto de ‘tecnologías del yo’ (Foucault, 1990) en el campo de la música para explicar que la escucha musical es utilizada por los oyentes-usuarios como una práctica estética reflexiva para poder subjetivarse a sí mismos (DeNora, 2000, p. 158). A partir de la apropiación de la música mediante el uso personal de Spotify, los oyentes buscan establecer marcas de identidad, puntos desde los cuales definir su existencia, pues las manifestaciones musicales siempre revelan algo sobre los sujetos que las escuchan y consumen (Frith, 1996; DeNora

2000). Este tipo de construcciones identitarias son denominadas ‘socio-estéticas’ (Reguillo, 2000).

La relación establecida entre los conceptos de ‘producción algorítmica (plataforma de *streaming*) y construcción personal (oyentes-usuarios)’ dan como resultado el concepto de ‘constitución de subjetividad’, que es utilizado para dar cuenta de la manera en que está compuesta dicha relación, y la forma en que se estructuran sus elementos constituyentes. En ese sentido, las máquinas no determinan y controlan el flujo de lo social, pero tampoco son una mera herramienta de los sujetos (Chávarro, 2004). Para Karakayali et al., (2017) “los usuarios no se someten pasivamente a la guía/control de los algoritmos, pero tampoco quedan completamente afectados; los efectos que produce un algoritmo en los usuarios son co-construidos a través de ‘negociaciones’ continuas entre los dos” (p. 4). Entonces, “el funcionamiento del sistema como instrumento de control no excluye la posibilidad de su empleo como tecnologías del yo (...) el contraste entre ‘control’ y ‘cuidado’ de sí” (Karakayali et al., 2017, p. 17). Los sistemas de recomendación pueden facilitar tanto el control algorítmico como la auto-transformación creativa mediante su asistencia, por lo que este nuevo medio cultural exige una teorización como espacio de tensión entre la recomendación y razón algorítmica, y la voluntad subjetiva (Karakayali et al., 2017, p. 3). Esto coincide con el planteo que se ha mantenido a lo largo de este trabajo: se trata de una relación que pendula, en tensión constante, entre los sistemas de recomendación de Spotify y sus oyentes-usuarios. Entonces, la interrelación existente entre el control tecnológico de Spotify (producción algorítmica de subjetividad), y la apropiación social por los oyentes-usuarios (construcción personal), las cuales co-constituyen la subjetividad, puede ser resumida en la siguiente fórmula teórica: producción de subjetividad (control algorítmico) + construcción de subjetividad (tecnología del yo) = constitución de subjetividad. Por lo tanto, se trata de un proceso de co-construcción o, más precisamente, si se permite el neologismo, en un proceso de prod(constr)ucción de subjetividad, donde existe una relación entre los usuarios y el software algorítmico que impide caer en un reduccionismo donde se les despoja de toda la agencia a los oyentes. La constitución de subjetividades (etapa que

supera y contiene las dos anteriores), entonces, se desarrolla entre la dinámica de lo social que se convierte en datos y después se transforma nuevamente en una posible elección humana; entre la lógica rígida y cuantitativa del *software* y las lógicas difusas y cualitativas de vida humana; en otras palabras, entre los condicionamientos que establece la tecnología algorítmica musical y las posibilidades que generan los oyentes.

10. Conclusión

El presente trabajo ha transitado un recorrido teórico y analítico que intentó poner en tensión las formas contemporáneas de relación entre tecnología, cultura y subjetividad, explorando las complejidades que emergen en la vida cotidiana mediada por plataformas digitales y sistemas algorítmicos. La crítica al determinismo tecnológico ha sido el punto de partida necesario para desnaturalizar concepciones simplistas que despojan a los sujetos de su agencia y reducen la tecnología a un elemento causal autónomo. Al reconocer que la relación tecnología-usuario es dinámica, dialéctica y profundamente sociocultural, se habilita la categoría de apropiación tecnológica como un proceso activo y simbólico, donde los sujetos resignifican y reelaboran las prácticas mediáticas y culturales, aportando así una dimensión crítica y política a la reflexión sobre mediación tecnológica.

Asimismo, el artículo ha profundizado en las prácticas sociales de uso y consumo, revelando a los usuarios como parte activa de sus propias formas de interacción tecnológica y construcciones identitarias. Por otro lado, aparece el funcionamiento de una biopolítica blanda y de una gubernamentalidad algorítmica, que modulan y perfilan comportamientos a partir de tecnologías de control suave y vigilancia digital masiva, constituyendo una nueva forma de bio-tecno-poder. Este entramado se complejizó con la tensión establecida entre las prácticas de control – mediadas por los direccionamientos algorítmicos– y las prácticas de liberación y singularización, en el marco de tecnologías del yo, lo cual resulta fundamental para entender la naturaleza dual y compleja de la subjetividad contemporánea.

La noción de subjetividad distribuida y la comprensión rizomática del poder algorítmico permiten superar entonces, modelos individualistas y cerrados para vislumbrar la subjetividad como fenómeno emergente, fragmentado y en constante reconfiguración a partir de redes socio-técnicas que combinan humanos, máquinas y algoritmos. Así, esta investigación aporta herramientas conceptuales para pensar críticamente la algoritmización de la vida social, entendiendo a la música y sus plataformas digitales como ámbitos clave donde se producen y disputan las identidades, los sentidos culturales y las formas de poder en la era digital. Además, este enfoque integrador que articula producción, construcción y constitución de subjetividad propone un escenario complejo y plural donde se inscriben cuestiones de libertad, control, resistencia, cultura y tecnología, intentando contribuir con ello a los debates centrales en la crítica contemporánea sobre la digitalización de la experiencia humana.

¿Cómo se cita este artículo?

PÉREZ RÍOS, D. H. (2025). La constitución de subjetividad en Spotify. Plataformas de streaming, recomendaciones algorítmicas y escucha musical. *Argumentos. Revista de crítica social*, (32), 134-166. [link]

159

Referencias bibliográficas

Airoidi, M. (2018). *Datacrazia: politica, cultura algoritmica e conflitti al tempo dei big data*. D Editore.

Barbanti, R. (2017). Elementos para una “acusia” de la ciudad. *Panambí: Revista de Investigaciones Artísticas*, (4), 95-109.
<https://doi.org/10.22370/panambi.2017.4.835>

Barile, N. (2013). From the posthuman consumer to the ontobranding dimension: geolocalization, augmented reality and emotional ontology as a radical redefinition of what is real. *intervalla*, 1, 101-115. https://www.fus.edu/intervalla-files/9_barile.pdf

Barile, N. & Sugiyama, S. (2015). The automation of taste: a theoretical exploration of mobile icts and social robots in the context of music consumption. *International Journal of Social Robotics*, 7, 407–416. <https://doi.org/10.1007/s12369-015-0283-1>

Benzecry, C. E. (2012). Cultura. Instrucciones de uso. En C. E. Benzecry (Comp.). *Hacia una nueva sociología cultural: mapas, dramas, actos y prácticas* (pp. 9-41). Universidad Nacional de Quilmes.

Berger, J. (2000). *Modos de ver*. Gustavo Gili.

Beuscart, J., Coavoux, S. & Maillard, S. (2019). Les algorithmes de recommandation musicale et l'autonomie de l'auditeur: Analyse des écoutes d'un panel d'utilisateurs de streaming. *Réseaux*, (213), 17-47. <https://doi.org/10.3917/res.213.0017>

Bull, M., Gilroy, P., Howes, D. y Kahn, D. (2006). Introducing sensory studies, *The Senses and Society*, 1(1), 5-7. <https://doi.org/10.2752/174589206778055655>

Bull, M. (2010). iPod: un mundo sonoro personalizado para sus consumidores. *Comunicar: Revista Científica de Educomunicación*, 34(26), 55-63. <https://doi.org/10.3916/C34-2010-02-05>

160

Campos García, J. L. (2004). Procesos interculturales en la comunicación digital y las transformaciones de la industria musical. *Sphera Pública*, (4), 101-118. <http://sphera.ucam.edu/index.php/sphera-01/article/view/12>

Chávarro, L. A. (2004). El debate sobre el determinismo tecnológico: de impacto a influencia mutua, *Sistemas & Telemática*, 2(4), 121-143. <https://doi.org/10.18046/syt.v2i4.938>

Cheney-Lippold, J. (2011). A new algorithmic identity: soft biopolitics and the modulation of control. *Theory, Culture & Society*, 28(6), 164-181. <https://doi.org/10.1177/0263276411424420>

Cheney-Lippold, J. (2017). *We are data: algorithms and the making of our digital selves*. New York University Press.

Corcuff, P. (2013). *Las nuevas sociologías: principales corrientes y debates, 1980-2010*. Siglo XXI.

Cruz, N. (13 de noviembre de 2023). Millones de canciones que nadie escucha ocupan cada año más espacio. *elDiario.es*.
https://web.archive.org/web/20231115015044/https://www.eldiario.es/cultura/musica/millones-canciones-nadie-escucha-ocupan-ano-espacio_1_10681415.html

Deleuze, G. (1987). *Foucault*. Paidós.

Deleuze, G. (1999). Posdata sobre las sociedades de control. En Ch. Ferrer (comp.), *El lenguaje libertario* (pp. 105-110). Altamira.

Deleuze, G. y Guattari, F. (2002). *Mil Mesetas: capitalismo y esquizofrenia*. Pre-textos.

DeNora, T. (2000). *Music in everyday life*. Cambridge University Press.

Feenberg, A. (1999). *Questioning Technology*. Routledge.

Feenberg, A. (2005). Teoría crítica de la tecnología. *CTS: Revista Iberoamericana de Ciencia, Tecnología y Sociedad*, 2(5), 109-123.
<https://ojs.revistacts.net/index.php/CTS/article/view/1018/841>

Feenberg, A. (2012). *Transformar la tecnología: una nueva visita a la teoría crítica*. Universidad Nacional de Quilmes.

Fernández, J. L. (2018). *Plataformas mediáticas: elementos de análisis y diseño de nuevas experiencias*. La Crujía.

Foucault, M. (1990). *Tecnologías del yo y otros textos afines*. Paidós.

Foucault, M. (1990). *Historia de la Sexualidad 1: la voluntad del saber*. Siglo XXI.

Foucault, M. (1997). *Vigilar y castigar: nacimiento de la prisión*. Siglo XXI.

Foucault, M. (1999). *Estética, ética y hermenéutica*. Paidós.

Frith, S. (1999). La constitución de la música rock como industria transnacional. En L. Puig y J. Talens (comps.), *Las culturas del rock* (pp. 12-30). Pre-Textos.

Giddens, A. (1995). *Modernidad e identidad del yo: el yo y la sociedad en la Edad Moderna tardía*. Península.

Gilbert, J. y Pearson, E. (2003). *Cultura y políticas de la música dance: Disco, hip-hop, house, techno, Drum 'n' bass y garage*. Paidós.

Giuliano, G. (2008). Tecnología, desarrollo y democracia: hacia otra artificialidad posible. *Scientiae Studia*, 6(3), 371-377. <http://dx.doi.org/10.1590/S1678-31662008000300006>

Giuliano, H. G. (2016). Internet: entre lo real y lo virtual. *Tecnología & Sociedad*, 5, 69-77.

<https://web.archive.org/web/20250326000628/https://erevistas.uca.edu.ar/index.php/TYS/article/download/905/868>

Guattari, F. (1995). *Cartografías del deseo*. La Marca Editora.

Guattari, F. (2000). *Cartografías esquizoanalíticas*. Manantial.

Guattari, F. (2006). *Caosmosis*. Manantial.

Guattari, F. y Rolnik, S. (2006). *Micropolítica: cartografías del deseo*. Traficantes de Sueños.

Guerschuny, H. (2018). El algoritmo de las plataformas orienta el consumo en función de ciertos intereses. Entrevista a Roberto Igarza. *Haciendo Cine*. <https://web.archive.org/web/20210618111439/https://haciendocine.com.ar/el-algoritmo-de-las-plataformas-orienta-el-consumo-en-funcion-de-ciertos-intereses/>

Hu, C. (2016). Are algorithms endangering our ability to fight for the music we love? *Forbes*. <https://www.forbes.com/sites/cheriehu/2016/07/05/are-algorithms-endangering-our-ability-to-fight-for-the-music-we-love/#2ee454a96127>

Karakayali, N., Kostem, B. & Galip, I. (2017). Recommendation systems as technologies of the self: algorithmic control and the formation of music taste. *Theory, Culture & Society*, 35(2), 3-24.
<https://doi.org/10.1177/0263276417722391>

Kassabian, A. (2013). *Ubiquitous listening: affect, attention, and distributed subjectivity*. University of California Press

Katz, M. (2004). *Capturing sound: how technology has changed music*. University of California Press.

Klausen, A. O. (2014). Spillelister gir kontroll på musikkstrømmen. *Ballade*.
<https://www.ballade.no/bransjen/spillelister-gir-kontroll-pa-musikkstrommen/>

Latour, B. (1992). Where are the missing masses?: the sociology of a few mundane artifacts. En W. E. Bijker y J. Law (Eds.). *Shaping technology/building society: studies in sociotechnical change* (pp. 225-258). The MIT Press.

Latour, B. (2008). *Reensamblar lo social: una introducción a la teoría del actor-red*. Manantial.

Magaudda, P. (2010). L'appropriazione delle tecnologie per ascoltare la musica: successi, problemi e fallimenti nelle pratiche degli ascoltatori. *Trans: Revista Transcultural de Música*, (14), 1-9.
<https://www.sibetrans.com/trans/articulo/25/l-appropriazione-delle-tecnologie-per-ascoltare-la-musica-successi-problemi-e-fallimenti-nelle-pratiche-degli-ascoltatori>

Marcuse, H. (1993). *El hombre unidimensional: ensayo sobre la ideología de la sociedad industrial avanzada*. Planeta-De Agostini.

Martel, F. (2011). *Cultura mainstream: cómo nacen los fenómenos de masas*. Taurus.

Martyniuk, C. (30 de septiembre de 2012). La evolución tecnológica parece racional, pero es un caballo desbocado: entrevista a Christian Ferrer. *Clarín*.

https://www.clarin.com/home/evolucion-tecnologica-racional-caballo-desbocado_0_SJgcDXJ3vXl.html

Martucccelli, D. (2007). *Gramáticas del individuo*. Losada.

Mumford, L. (2008). *Textos escogidos*. Ediciones Godot.

Parselis, M. (2016). El valor de las tecnologías entrañables. *CTS: Revista Iberoamericana de Ciencia, Tecnología y Sociedad*, 11(32), 71-83.
<https://doi.org/10.52712/issn.1850-0013-464>

Parselis, M. (2018). La honestidad y otras características deseables para el desarrollo tecnológico. *SCIO. Revista de Filosofía*, 15, 177-212.
https://doi.org/10.46583/scio_2018.15.466

Pascual, M. G. (5 de mayo de 2020). “La tecnología nos está llevando a una nueva forma de totalitarismo”: entrevista a Srećko Horvat. *Retina/El País*.
https://web.archive.org/web/20200512173919/https://retina.elpais.com/retina/2020/05/04/talento/1588611205_756793.html

164

Pérez Ríos, D. (2015). “... ¿No le das mucha importancia a la música, verdad?” Streaming de audio, escucha musical y cotidianidad urbana. *Actualidad Psicológica*, 40(437), 10-13.

Pérez Ríos, D. H. (2022). *Copando orejas: escucha musical, streaming de audio, algoritmos de recomendación y constitución de subjetividad: Spotify y sus oyentes-usuarios en el área metropolitana de Buenos Aires*. [Tesis de Doctorado]. UCA.

Pérez Ríos, D. H. (2024). Entre la elección subjetiva y el direccionamiento algorítmico de las escuchas en Spotify. *Journal of Sound, Silence, Image and Technology*, 7, 89-107. <https://doi.org/10.60940/jossitv7n7id432133>

Pinch, T. y Oudshoorn, N. (Eds.) (2003). *How users matter: the co-construction of users and technologies*. The MIT Press.

Pinch, T. y Bijsterveld, K. (2004). Sound studies: new technologies and music. *Social studies of science*, 34(5), 635-648. <https://doi.org/10.1177/0306312704047615>

Pinch, T. & Bijsterveld, K. (Eds). (2012). *The Oxford Handbook of Sound Studies*. Oxford University Press.

Potte-Boneville, M. (2004). *Michel Foucault, l'inquiétude de l'histoire*. PUF.

Quintanilla, M. A. (24 de octubre de 2009). Tecnologías Entrañables. *Publico.es*. <https://www.publico.es/opinion/hemeroteca/tecnologias-entranables.html>

Reguillo, R. (2000). *Estrategias del desencanto: emergencia de culturas juveniles*. Grupo Editorial Norma.

Rodríguez, P. (2018). Gubernamentalidad algorítmica: sobre las formas de subjetivación en la sociedad de los metadatos. *Revista Barda*, 4(6), 14-35. <https://www.cefc.org.ar/assets/files/rodriguez.pdf>

Rouvroy, A. y Berns, T. (2013). Algorithmic governmentality and prospects of emancipation disparateness as a precondition for individuation through relationships? *Réseaux*, (177), 163-196. <https://doi.org/10.3917/res.177.0163>

Ruppert, E. (2011). Population objects: interpassive subjects. *Sociology*, 45(2), 218-233. <https://doi.org/10.1177/0038038510394027>

Sadin, E. (2017). *La humanidad aumentada: la administración digital del mundo*. Caja Negra.

Seaver, N. (2012). Algorithmic recommendations and synaptic functions, *Crowds and Clouds*, (2). <https://limn.it/articles/algorithmic-recommendations-and-synaptic-functions/>

Seaver, N. (2019). Captivating algorithms: recommender systems as traps. *Journal of Material Culture*. 24(4). 421-436. <https://doi.org/10.1177/1359183518820366>

Shepherd, J. (June 05, 2025). 23 Essential Spotify Statistics You Need to Know in 2025. *The Social Shepherd. The Social Media Blog*. [Entrada de blog]. <https://thesocialshepherd.com/blog/spotify-statistics#:~:text=Actualmente%2C%20existen%20aproximadamente%208%20mil,compartir%20con%20amigos%20y%20familiares>

Silverstone, R., y Haddon, L. (1995). Telework and the changing relationship of home and work. En N. W. Heap (Ed.), *Information technology and society: a reader* (pp. 400-412). Sage Publications.

Singh, S. (May 16, 2025). Spotify Users Statistics (2025) – Subscribers & Demographics Data. *Demansage*. <https://www.demandsage.com/spotify-stats/#:~:text=%C2%BFCu%C3%A1ntas%20pistas%20est%C3%A1n%20disponibles%20en,casi%20una%20canci%C3%B3n%20por%20segundo!>

Sonvilla-Weiss, S. (2010). *Mashup cultures*. Springer.

Spotify for Brands. (2018). La Misión de Datos de Spotify por dentro. <https://spotifyforbrands.com/es/insights/inside-spotifys-data-mission/>

Therborn, G. (1987). *La ideología del poder y el poder de la ideología*. Siglo XXI.

Tiwana, A. (2014). *Platform ecosystems: aligning architecture, governance, and strategy*. Morgan Kaufmann.

Thompson, J. (1998). *Los media y la modernidad*. Paidós.