

Mood machine: the rise of Spotify and the costs of the perfect playlist

Pelly, Luz (2025)

Londres: Atria/One Signal Publishers

Cuando Spotify, la empresa fundada en Suecia en 2006 por los hoy billonarios Daniel Ek y Martin Lorentzon¹, se lanzó en Estados Unidos, la entonces estudiante de periodismo Liz Pelly estuvo entre las primeras personas que adoptaron el nuevo servicio. Por ese entonces —corría 2011— empezó también a cubrir los avatares de la industria musical para el semanario alternativo *Boston Phoenix*², enfocándose en la transición de productos físicos a servicios de *streaming*.

El *Boston Phoenix* dejó de publicarse en 2013, pero Pelly continuó su tarea investigativa como periodista independiente, atenta a la expansión de Spotify y a sus consecuencias para artistas, audiencias y democracias. En diciembre de 2024, su artículo «Los fantasmas en la máquina»³, publicado por *Harper's Magazine*, reveló que existía una relación entre Spotify y los falsos intérpretes que habían empezado a aparecer con frecuencia creciente en las listas de reproducción de Spotify.

El primer libro de Pelly, *Mood machine: The rise of Spotify and the cost of the perfect playlist*, publicado en enero de 2025 por Simon & Schuster⁴, constituye una investigación extraordinaria. Lo es en términos de su calidad periodística, y como instrumento para quienes estudiamos (y enseñamos) la comunicación social como elemento clave de las culturas democráticas. Pelly documenta y analiza la trayectoria de Spotify con curiosidad y rigurosidad desde una perspectiva combinada, que atiende a la

economía política, a los estudios culturales, y a la música como especie en riesgo.

El título del libro, que podríamos traducir como *Máquina de los estados de ánimo: el auge de Spotify y el costo de la lista de reproducción perfecta*, se refiere a la cuestión fáctica que Pelly demuestra con abundancia de detalle cuali-cuantitativo. El pasaje de la música de los formatos físicos a lo digital, una vez capturado por una plataforma que monopolizó en tiempo récord su circulación, y por ende la gobernanza de la economía que dicha circulación implica, se caracteriza hoy por la manipulación de datos tanto personales como comerciales, por la promoción de discursos arteros acerca de qué es la música y cómo debemos relacionarnos con ella en nuestras vidas cotidianas marcadas por el capitalismo, y por la hiper-concentración de poder y de riqueza en manos de un cuarteto fatal, que Spotify lidera, pero incluye, además, la participación del oligopolio que la preexistió —Sony, Universal y Warner⁵—. La preocupación última de Pelly es deconstruir las formas diversas y mutuamente imbricadas en que la reproducción digital de la música mediante esta plataforma se constituyó como mecanismo difícil de desentrañar, y como negocio profundamente desigual.

Organizado en una introducción, dieciocho capítulos y una conclusión, el libro despliega con lucidez analítica una pesquisa que Pelly construyó a partir de entrevistas con cien fuentes diversas (ex-trabajadores de Spotify, dirigentes y empleados de la industria musical, músicos, periodistas especializados, investigadores, y activistas), documentación interna de la compañía a la que obtuvo acceso, e información oficial publicada por Spotify y sus asociados.

Mood machine deja en claro que Spotify es no una empresa dedicada a la música tal como pregonaba, sino una compañía tecnológica que capitaliza el impulso que lleva a las personas «a querer participar en sus propias vidas, a compartir sus fotos y sus canciones favoritas, en pos de la necesidad humana de conexión»⁶. Que ese modo de participar

¹ Ver <https://www.forbes.com/profile/daniel-ek/> y <https://www.forbes.com/profile/martin-lorentzon/>

² Ver [https://en.wikipedia.org/wiki/The_Phoenix_\(newspaper\)#Mergers,_closures_and_ownership_change](https://en.wikipedia.org/wiki/The_Phoenix_(newspaper)#Mergers,_closures_and_ownership_change)

³ Ver <https://web.archive.org/web/20241221144306/https://harpers.org/archive/2025/01/the-ghosts-in-the-machine-liz-pelly-spotify-musicians/>

⁴ Vía Atria/One Signal.

⁵ Estas tres compañías, señala Pelly, controlan en su conjunto el 70% del mercado de la música grabada, y cuando Spotify se lanzó al mercado poseían el control de casi un 18% de la compañía.

⁶ Pelly (2025), página xi. Todas las traducciones de citas textuales son mías.

sea posible no implica que estemos participando en una causa justa, nos advierte Pelly. Spotify captura la participación, la reduce a datos, y manipula (y revende) esos datos para fortalecer una maquinaria comercial indiferente al modo en que precariza a las y los artistas y estandariza y comodifica a sus audiencias. Al momento de publicarse el libro, el 84% de los ingresos producto de la música grabada se generaban mediante la reproducción digital, y Spotify —el mayor operador— controlaba el 30% de ese mercado y poseía acceso directo a más de 615 millones de usuarios y 239 millones de suscriptores de pago⁷.

Imaginar futuros alternativos, nos dice Pelly, es urgente. Imaginar futuros del orden de la política pública, que regule los excesos de poder característicos de Spotify en tres áreas centrales: la acumulación de ganancias; la propiedad concentrada de la música como contenido y de la reproducción digital como tecnología; y la opacidad de sus operadoras y los acuerdos que impone a los artistas. Imaginar futuros del orden de lo común: «modelos [...] más cooperativos, transparentes, y liderados por artistas, que apoyen [...] escalas y prácticas diversas, y

que prioricen a las personas y no a las ganancias⁸.» En el último capítulo de *Mood machine*, la autora desplaza mejor a Spotify del centro de la escena y se dedica, en cambio, a documentar y poner en valor otras maneras de escuchar música, enfatizando la importancia de las iniciativas localizadas, a escala humana, económicamente solidarias, lideradas por artistas y por instituciones públicas —¡bibliotecas!— y atentas a alentar lo colectivo.

Elemento constitutivo de sociedades vibrantes y diversas, y estrategia poderosa para poner en común y desafiar injusticias, la música es un derecho al cual el acceso universal debiera estar garantizado, sostiene Pelly. Modelo del valor de las investigaciones periodísticas longitudinales, *Mood machine* es un libro necesario, revelador y provocativo, que merecería ser traducido al español, utilizado en las aulas, y adoptado como insumo para estudios localizados acerca del impacto de Spotify, y de sus estrategias camaleónicas, en la relación entre sociedades y música en los países hispanoparlantes.

Florencia Enghel
Jönköping University

⁷ Pelly (2025), página x.

⁸ Pelly (2025), página 226.