

El caso de Spotify, la presión social contra el acoso consigue más medidas

escrito por DF Diario Feminista. | mayo 15, 2018



Spotify

Después del seguimiento de la campaña #MeToo en el ámbito cinematográfico, cada vez más sectores se están posicionando contra el acoso sexual. En esta línea, la empresa Spotify ha acordado eliminar todas las canciones de cantantes como R. R Kelly, después de las acusaciones de acoso sexual. Aunque sus canciones estarán disponibles para transmitirse, el cantante de R & B ya no aparecerá en

listas de reproducción seleccionadas por Spotify, como parte de la nueva política de 'conducta odiosa'. En concreto, sus canciones todavía se pueden transmitir en Spotify, y los usuarios pueden agregarlas a sus listas de reproducción, pero ya no aparecen en las listas de reproducción basadas en el estado de ánimo de Spotify, ni en sus listas de reproducción como New Music Friday, #ThrowbackThursday o su lista de reproducción R & B.

La medida es parte de una nueva política de contenido lanzada por la compañía, que ya no promoverá lo que describen como «conducta de odio». No se trata de censurar contenidos por el comportamiento del artista, sino que todo el contenido que se emite esté de acuerdo con los valores de la empresa, entendiendo que toda conducta de discriminación por motivo de raza, religión, identidad de género, sexo, etnia, nacionalidad, orientación sexual, edad o discapacidad no es admisible en la política de la empresa y en lo que ésta difunde.

Jonathan Prince, jefe de contenido y política de mercado de Spotify, afirma en [The Guardian](#) que han decidido no trabajar con un artista o su contenido de la misma manera: no programarlo, no reproducirlo, no hacer campañas de marketing de artistas como el que aquí se menciona. Afirma que, ya en 2017, varias canciones de supremacía blanca fueron eliminadas por completo del servicio, pero esto indica una formalización del proceso de la compañía en torno al discurso de odio y la mala conducta.

Ningún otro artista ha sido afectado por esta política. Spotify ha introducido un sistema de informes para contenido odioso, a través de tres conjuntos de monitores: la propia empresa, los grupos de defensa y los usuarios de Spotify. Así esperan proteger a la empresa y a los usuarios de la propagación de actitudes y contenidos ofensivos.