



Universidade do Estado do Rio de Janeiro

Centro de Educação e Humanidades

Faculdade de Comunicação Social

Gustavo Luiz Ferreira Santos

**O formato playlist: a prescrição musical entre filosofias de programação
radiofônica e engenharias da experiência musical automática**

Rio de Janeiro

2020

Gustavo Luiz Ferreira Santos

O formato playlist: a prescrição musical entre filosofias de programação radiofônica e engenharias da experiência musical automática

Tese apresentada, como requisito parcial para obtenção do título de Doutor, ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação, da Universidade do Estado do Rio de Janeiro. Área de concentração: Comunicação Social.

Orientador: Prof. Dr. Marcelo Kischinhevsky

Coorientador: Prof. Dr. Leonardo Gabriel de Marchi

Rio de Janeiro

2020

CATALOGAÇÃO NA FONTE
UERJ / REDE SIRIUS / BIBLIOTECA CEH/A

S237 Santos, Gustavo Luiz Ferreira.
O formato playlist: a prescrição musical entre filosofias de programação radiofônica e engenharias da experiência musical automática / Gustavo Luiz Ferreira Santos. – 2020.
233 f.

Orientadora: Marcelo Kischinhevsky.
Coorientador: Leonardo Gabriel de Marchi.
Tese (Doutorado) – Universidade do Estado do Rio de Janeiro. Faculdade de Comunicação Social.

1. Comunicação Social – Teses. 2. Música – Teses. 3. Tecnologia streaming (Telecomunicação) – Teses. I. Kischinhevsky, Marcelo. II. Marchi, Leonardo Gabriel de. III. Universidade do Estado do Rio de Janeiro. Faculdade de Comunicação Social. IV. Título.

es CDU 316.77

Autorizo, apenas para fins acadêmicos e científicos, a reprodução total ou parcial desta tese, desde que citada a fonte.

Assinatura

Data

Gustavo Luiz Ferreira Santos

**O formato playlist: a prescrição musical entre filosofias de programação
radiofônica e engenharias da experiência musical automática**

Tese apresentada, como requisito parcial para obtenção do título de Doutor, ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação, da Universidade do Estado do Rio de Janeiro. Área de concentração: Comunicação Social.

Aprovada em 13 de abril de 2020.

Banca Examinadora:

Prof. Dr. Marcelo Kischinhevsky (Orientador)
Faculdade de Comunicação Social - UERJ

Prof. Dr. Leonardo Gabriel de Marchi (Co-orientador)
Faculdade de Comunicação Social - UERJ

Prof. Dr. Márcio Souza Gonçalves
Faculdade de Comunicação Social - UERJ

Profa. Dra. Lena Benzecry
Universidade Federal do Rio de Janeiro

Prof. Dr. Micael Maiolino Herschmann
Universidade Federal do Rio de Janeiro

Prof. Dr. Felipe da Costa Trotta
Universidade Federal Fluminense

Rio de Janeiro

2020

AGRADECIMENTOS

O que é uma seção de agradecimentos se não uma lista? Assim, agradeço a todas as pessoas que fazem parte da minha vida oferecendo a eles e elas e ao leitor ou leitora, uma playlist disponível para ouvir no link ao final desta lista.

Raul Seixas - Não pare na pista

Roberto Carlos - O portão

A meus pais.

Paul McCartney - Let me roll it

A meu irmão.

Sufjan Stevens - Should have known better

Talking Heads - Stay up late

A minha sobrinha e sobrinho.

Belchior - Apenas um rapaz latino americano

Céu - Forçar o verão

Radiohead - Pyramid Song

Pato Fu - Por perto

Nação Zumbi - Um sonho

Damien Rice - Dogs

Syd Barret - Terrapin

A meus grandes amigos e amigas de já muito tempo: João Paulo, André, Wyllian e Ângela, Gustavo e Milena, Carlos e Jéssica, Eduardo e Fernanda.

The Strokes - Someday

Baleia - Volta

The Pixies - Greens and blues

Portishead - Glory Box

The Smiths - There's a light that never goes out

The Beatles - Two of us

A meus amigos que vieram durante essa jornada, Maria Joana, João Gustavo, Emerson, Lucas, Tiago Ramos, Tiago Lenartovicz, Fernanda Accorsi, Fernanda Gabriela, Tiago Lucena.

Nada Surf - Blankest Year

Ao querido amigo também de já muito tempo, que me carregou por São Paulo, Murilo.

A-ha - Take on me

Aos primos queridos que me acolheram no Canadá, Mariely e Júnior.

Raça Negra - Cheia de Manias

Aos companheiros e companheiras de dúvida, tristeza, bar e karaoke. Luãn, Rafael, Raquel, Paula, Ana e Gabriel.

The Who - The Real Me

David Bowie - Sound and Vision

Aos orientadores pacientes e incansáveis, Marcelo e Leonardo.

Martinho da Vila - O pequeno burguês

Ao programa de pós-graduação em comunicação da UERJ e os professores e professora com que tive o prazer de aprender: Márcio, Erick, Robson, Cíntia e Ricardo. Também aos colegas e coordenadoras do Curso de Comunicação e Multimeios da UEM que me ajudaram a cumprir os créditos na UERJ enquanto trabalhava.

João Gilberto - Desafinado

Aos professores e professora da banca examinadora oficiais ou suplentes, Felipe, Micael, Lena, Márcio, Erick e Eduardo.

Mogwai - Ex-cowboy

Ao professor Jonathan Sterne, que me deu inspiração, gentileza e suporte pra conseguir.

Leonard Cohen - Famous Blue Raincoat

A todos e todas que conheci em Montreal.

Bruce Springsteen - Growin' Up

Para todos os mestres e mestras que tive em todos estes anos e aquele e aquelas que me orientaram, Jheison, Níncia, Denise e Regiane. Acrescento, também, o professor Tiziano Bonini, que mesmo de longe e por iniciativa própria, gentilmente ofereceu referências antes da publicação e foi decisivo na reta final.

Chico Buarque - Construção

Ao povo brasileiro que me deu a oportunidade de estudar a vida inteira de graça, me sustentando com seu trabalho e crença em uma vida melhor. Viva a educação pública!



<https://sptfy.com/obrigado>

In ancient Rome there was a poem
About a dog who found two bones
He peeked at one
He licked the other
He went in circles
Then he dropped dead

Freedom of choice is what you got
Freedom *from* choice is what you want
Devo - Freedom of Choice

RESUMO

SANTOS, G. L. F. *O formato playlist: a prescrição musical entre filosofias de programação radiofônica e engenharias da experiência musical automática*. 2020. 233 f. Tese (Doutorado em Comunicação) - Faculdade de Comunicação, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2020.

Esta tese investiga as características e condições de produção e comunicação da playlist musical automática em plataformas de streaming. Ao definir a playlist como um formato, destaca a importância de se estudar o emaranhado de valores culturais, políticos e sociais nas decisões que prescrevem práticas de consumo musical e dão forma aos artefatos com os quais se tem acesso à produção cultural contemporânea. Frente a um objeto de estudo refratário a pesquisas independentes, emprega uma metodologia experimental que mistura investigação de documentos empresariais, editoriais e arquivos eletrônicos com revisões bibliográficas sistematizadas de produções acadêmicas sobre o conceito de playlist e sobre a recomendação automática musical. Complementa-se a análise documental com entrevistas e análise das ofertas musicais dentro dos aplicativos dos serviços. A pesquisa, de cunho qualitativo, busca a emergência de temas e conceitos chave para compreender as maneiras como se constroem as playlists e como são divulgadas e avaliadas por aqueles que as produzem, programadores de sistemas de recomendação e editores musicais. O trabalho assim, defende que a playlist automática é construída com base em um ouvinte imaginado que busca uma experiência individual e personalizada e uma filosofia de programação de engenharia das experiências de audição musical. Além disso, o formato da playlist pressupõe a impossibilidade de separação entre expressões automáticas e editoriais, uma vez que as duas se misturam em sua apresentação pelas plataformas de streaming e nos cotidianos de produção, orientados pela plataformização dessas indústrias de difusão e distribuição musical digitais. Levanta-se, por fim, as possíveis consequências dessa forma de abordar a prescrição musical para a promoção da diversidade musical e para a própria experiência musical na sociedade contemporânea.

Palavras-chave: Playlist. Streaming. Música. Prescrição Musical. Formato. Automação.

ABSTRACT

SANTOS, G. L. F. *The playlist format: music prescription between radio programming philosophies and the engineering of the automatic musical experience*. 2020. 233 f. Tese (Doutorado em Comunicação) - Faculdade de Comunicação, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2020.

This thesis investigates the features and condition of production and communication of the automatic music playlist in streaming platforms. By conceptualizing the playlist as a format, I highlight the importance of studying the web of cultural, political and social values that influence the decisions that prescribe the way we consume music and shape the artifacts with which we access cultural production today. Facing an object that avoids scrutiny by denying access to independent researchers, I combine a scavenge of corporate, editorial documents and web archive with a more traditional bibliographic research of academic papers about the concept of playlist and in the field of music recommendation systems. I add to this documental analysis three interviews with music curators and an analysis of the daily offers of playlists on streaming platforms web players. The qualitative research seeks the emergence of themes and concepts to understand the ways in which automatic playlists are built and how they are publicized by those who produce them, software engineers and music curators. The thesis defends that the automatic playlists is produced based on an imagined listener that seeks a personalized individual experience and that the role played by the system is informed by a programming philosophy defined as an engineering of music listening. Moreover, the playlist format is composed of both automatic and editorial expressions that can't be separated, primarily because streaming platforms work hard to blur the lines between them in both their presentation and in their production conditions, driven by the platformization of these industries of digital music promotion and distribution. Finally, the possible consequences of this platformed way of music prescription to the advancement of music diversity and to music experience itself in today's society.

Keywords: Playlist. Streaming. Music. Prescription. Format. Automation.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 -	Interface do Winplay3, versão 1.0 - 1995.....	80
Figura 2 -	Interface do MP3 Play List Maker, versão 3.941 - 2000.....	81
Figura 3 -	Página brasileira das Descobertas da Semana ou Discover Weekly.....	86
Figura 4 -	Nota sobre The Hatfields na Music Reporter - 11 maio 1963.....	88
Figura 5 -	Campo discursivo do rádio musical.....	101
Figura 6 -	Menu de Opções de Reprodução WinPlay3, versão 2.3b5, 1997.....	106
Figura 7 -	Janelas do WinPlay3, versão 2.3b5, 1997.....	106
Figura 8 -	Interface do Winamp, versão 2.0 - 1998.....	108
Figura 9 -	Interface do Winamp, versão 0.2a - 1997.....	108
Figura 10 -	Tela de ajuda do SoundApp - versão 1.5.1.....	109
Figura 11 -	Página inicial Deezer, 30 jan. 2019.....	177
Figura 12 -	Página inicial Deezer, 27 fev. 2020.....	177
Figura 13 -	Parte superior da Home Page do usuário após login - Deezer - 10 abr. 2019.....	178
Figura 14 -	Parte superior da Home Page do usuário após login - Spotify - 05 abr. 2019.....	180
Figura 15 -	Parte superior da Home Page do usuário após login - Spotify - 01 mar. 2020.....	181
Figura 16 -	Página "Para você" - Apple Music - iTunes - 09 abr. 2019.....	183
Figura 17 -	Parte superior da aba Explore - Apple Music - iTunes 20 abr. 2019.....	184

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 -	Categorias e subcategorias identificadas na análise das publicações filtradas da RecSys (2007-2018).....	35
Tabela 2 -	Top 10 - Faixas mais tocadas - Spotify - Brasil - Entre 23/03/2014 e 28/03/2020	69
Tabela 3 -	Caracterização dos diferentes tipos de playlists baseada no relacionamento entre o criador e o ouvinte da playlist.....	89
Tabela 4 -	Estratégias de Programação de Recomendação Musical e Produção de Playlists Automáticas.....	153

SUMÁRIO

	INTRODUÇÃO	13
1	PRESCREVENDO CONDIÇÕES CULTURAIS	41
1.1	A questão da prescrição musical	42
1.2	A teoria do Formato	52
1.2.1	<u>Entre Mídia, Formatos, Suportes e Padrões</u>	58
1.3	Descoberta, pluralidade e diversidade cultural	66
2	CONSTRUINDO A PLAYLIST	76
2.1	Por uma definição específica	76
2.2	Da programação radiofônica à playlist pessoal	96
2.2.1	<u>A prescrição musical da playlist radiofônica</u>	97
2.2.2	<u>A organização da playlist pessoal</u>	105
2.3	Mixtapes, álbuns e <i>setlists</i> não são o mesmo que playlists	112
2.3.1	<u>Mixtapes e expressão afetiva</u>	113
2.3.2	<u>O formato dos álbuns: tradicionais e coletâneas</u>	117
2.3.3	<u><i>Setlists</i> como roteiros de performance</u>	123
3	PROGRAMANDO A PLAYLIST	129
3.1	Algoritmos: pensamento computacional e ilusão de objetividade	130
3.1.1	<u>Uma nota sobre processos de <i>machine learning</i></u>	134
3.2	A constituição dos modelos computacionais de recomendação musical	137
3.2.1	<u><i>Inputs</i>: conhecimento matematizado</u>	137
3.2.2	<u>Instruções: estratégias e etapas de modelagem e previsão</u>	144
3.2.2.1	<u><i>Modelling</i>: fórmulas de representação para a modelagem</u>	153
3.2.3	<u><i>Outputs</i>: como se avaliam as saídas?</u>	158
4	FORMATANDO A PLAYLIST: ENGENHARIAS E PRESCRIÇÕES DA PLAYLIST	164
4.1	Experiência musical individualizada sustentada socialmente	164
4.2	Filosofia de engenharia de audição musical: prescrevendo pela técnica	172
4.3	A contextualização midiática da playlist automática	175
4.3.1	<u>Deezer: siga o fluxo?</u>	176
4.3.2	<u>Spotify: música para todos?</u>	180
4.3.3	<u>Apple Music: muitas e muitas ofertas</u>	182

4.4	Além da playlist automática: a playlist algo-torial das plataformas	185
	CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	197
	REFERÊNCIAS	204
	APÊNDICE A	222
	APÊNDICE B	227
	APÊNDICE C	229
	APÊNDICE D	232

INTRODUÇÃO

A maioria das canções populares chega aos ouvidos das pessoas em fluxo ou em sequência. Seja no rádio, na televisão ou no disco, o conjunto musical é fundamental na criação de afetos dos ouvintes. Esses agrupamentos, que funcionaram como modelo primordial de comercialização no século XX, formam parte importante da experiência de ouvir música. Este trabalho foi desenvolvido pensando nos condicionamentos da forma e do conteúdo destes pacotes de consumo musical. Leva em conta também os responsáveis por essas decisões, seus contextos sociais e culturais, motivações e justificativas para indicar diferentes tipos de música e de artistas, e categorizá-los em conjunto, de maneira que certa mensagem, certo universo de sentido, seja construído e direcionado ao público, igualmente categorizado em conjuntos. Não se trata apenas de pensar tais atividades como técnica de publicidade e marketing, a serviço do consumismo capitalista – embora isso seja parte importante desta tarefa –, mas também de refletir sobre o funcionamento da escolha de um repertório simbólico e o endereçamento de mensagens musicais.

Na segunda metade da década de 2010, houve um crescimento de interesse e de preocupações sobre a questão da inteligência artificial e do controle de dados pessoais, principalmente em razão do aumento do número de pessoas conectadas à web, normalmente através de plataformas de busca, mídia social ou consumo multimídia. Os discursos em torno dessa preocupação tendem a ocupar posições já conhecidas no pensamento midiático, parecidas com a famosa categorização entre críticos e promotores da comunicação de massa de Umberto Eco (2011): apocalípticos e integrados. Assim, as empresas de tecnologia e seus modelos algorítmicos de valoração, avaliação e controle de informações seriam causa ou consequência de arranjos sociais, que ou ameaçam destruir a vida social como se conhece ou prometem o fim da obrigatoriedade do trabalho, dos fardos da escolha, e o auge da comodidade.

Com efeito, as preocupações sobre o controle e a manipulação da vida digitalizada perpassam a própria constituição dos modelos de negócio da indústria fonográfica e da *commoditização* dos conjuntos musicais que comercializa. Não só porque esses pacotes musicais sempre estiveram atrelados às tecnologias com as quais eram produzidos e difundidos, mas também porque a digitalização comprometeu sua capacidade de ser a narrativa hegemônica sobre a seleção, produção e circulação da mensagem musical. A digitalização musical e a conexão pela internet permitem uma expansão sem precedentes do acesso a fonogramas, o que amplia o tamanho das bibliotecas de música à disposição do ouvinte. Antes, a grande quantidade de manifestações musicais de fonogramas era filtrada pela regulação das empresas

detentoras dos caros meios de gravação e de difusão, as indústrias fonográfica e midiática. A ausência deste controle somada ao barateamento das tecnologias de gravação resulta em uma explosão de produção e difusão musicais e uma disputa legal pelo exercício deste poder.

A emergência de serviços por assinatura de streaming musical durante a segunda metade dos anos 2000 representa uma resposta a essas condições. A institucionalização de empresas empenhadas no desenvolvimento de novas tecnologias de controle e acesso a dados musicais possibilitou a retomada dessa centralidade narrativa. É este embate o pano de fundo para delimitar a questão sobre a construção desses pacotes musicais. Assim, o streaming se apresenta como solução para ambos os problemas: em tese, oferece uma coleção ainda maior que a obtida individualmente e busca suplantar o download não autorizado. Assim, no primeiro momento, o argumento para sua aceitação estará centrado no acesso legal, sob demanda, de toda música desejada pelo ouvinte. Com esse discurso, busca-se oferecer a comodidade que a pirataria não fornece, por uma assinatura mensal muito mais baixa que o custo da compra de downloads ou formatos físicos. O banco de dados disponível se vende como organizado, seguro, oficial e com uma interface supostamente intuitiva, que dispensa conhecimento especializado para acesso, em comparação a formas de acesso pirata mais exigentes. Isso ocorre também nas plataformas de streaming de vídeo como a Netflix, pioneira neste modelo de assinaturas.

Como apontam Eriksson et al. (2019), o advento do streaming capitaneou uma lógica midiática e econômica de ampliação da oferta e poder de escolha dos ouvintes e fãs de música sobre o que poderia e deveria ser escutado, desde que comprometido com o exercício deste poder de escolha dentro das regras estabelecidas pela indústria fonográfica e pelas plataformas. De certa forma, isso significou um retorno à oferta e ao fechamento de produtos comunicacionais pré-concebidos, organizadores de uma experiência musical prescrita. Um acesso desenhado, principalmente, por meio de sistemas de recomendação musical que buscam, em essência, organizar uma abundância de dados – fonogramas, opiniões, interações e práticas de audição – em uma experiência personalizada e adequada aos desejos do ouvinte.

Para os modelos de negócios das indústrias, tanto de tecnologia como fonográfica, essa construção midiática digital aproxima os usos digitais mais “anárquicos” da informação musical de anos anteriores ao consumo controlado dos modelos pré-internet de distribuição. Diferentes modalidades de relação se estabelecem. A primeira questão é a convergência entre distribuição e difusão musical. Campos antes separados da troca econômica e de divulgação comercial agora operam em um mesmo espaço. Outro elemento importante é o acesso a registros de comportamentos de consumo, dados que alimentam as plataformas e servem de matéria-prima para suas diferentes ofertas. Além disso, a onipresença da informação musical e

o incentivo, ou busca, pela manutenção de uma relação constante entre ouvintes, artistas/produtos e plataformas.

Por outro lado, a aproximação cada vez mais estreita da tecnologia de streaming com a comunicação midiática busca retirar do usuário o peso da escolha musical diante de tantas opções (GAMBARO, 2016; SCHWARTZ, 2004). A comodidade se mantém como um chamariz importante, abarcando não apenas o acesso, mas também a seleção musical – papel antes desempenhado pela comunicação midiática, principalmente pelo rádio, pela imprensa especializada e pela televisão. As interfaces passam a ser “primeiras páginas”, que destacam lançamentos, hits e publicidade. Se a vantagem da audição sob demanda é menos destacada, a personalização toma seu lugar como síntese das ofertas musicais baseadas no gosto do usuário.

A playlist, originada nos anos 1950 e formato predominante do rádio musical desde então, toma um lugar de referência para a construção desta recomendação automatizada. Se o streaming torna-se um instrumento de distribuição do produto musical, a função de difusão exercida pelo rádio musical pode ser assumida também pelo streaming por meio da aplicação de seu formato, principalmente porque sua definição foi ressignificada com a digitalização da música, a partir dos anos 1990, e com softwares de audição que permitem ao usuário construir suas playlists pessoais. A mistura entre linguagem midiática e personalização automatizada no imaginário da playlist é propícia para que se torne o suporte central dessa nova narrativa, combinando difusão e distribuição em um só formato. Por meio da playlist, o streaming e a indústria fonográfica criam novos pacotes musicais de comercialização adequados a este novo ambiente (BONINI; GANDINI, 2019a).

Então, a playlist torna-se um objeto propício para investigar a construção da mensagem musical contemporânea, pois nela se articulam estes dois elementos críticos: automação e gosto musical. Se hoje a audição comercial de música é majoritariamente intermediada por algum tipo de recomendação, midiática ou digital, que concepções tem esta forma de recomendação? Mais especificamente, se essa intermediação midiática é cada vez mais empurrada na direção da automação, que ideias sobre a audição musical são pressupostas nestes robôs ou autômatos?

Para lidar com estas questões, esta tese defende uma dupla percepção sobre as condições de comunicação digital na sociedade do início do século XXI, especificamente na comunicação musical. O primeiro aspecto diz respeito às características dos suportes técnicos de comunicação digital e sua formatação; e o segundo, à consequência prática de seu uso. Portanto, a afirmação que buscará ser sustentada é a seguinte: a playlist é um formato musical específico e, como tal, prescreve gostos musicais e práticas de audição. Identificar os elementos que compõem este formato e o modo pelo qual se operacionaliza essa prescrição será o objetivo

geral da argumentação. Em específico, serão voltadas atenções à playlist automática, por se tratar do elemento distintivo da playlist contemporânea.

Assim, apresenta-se um estudo sobre o conceito de playlist e sua automação com a aplicação de sistemas computadorizados de recomendação em serviços de streaming musical. Entende-se que a ascensão do formato, em primeiro lugar, é produto das últimas mudanças no mercado da música, herdeira direta de outros momentos em que a oferta e organização da difusão musical foram representações simbólicas de um modelo de negócios musical e, por fim, é também preconizadora de uma tendência mais profunda, que é a busca pela organização digitalmente automatizada da vida social. Por isso, a questão central que se postula é: quais são as características e condições de construção, difusão e avaliação da playlist musical automatizada e de sua aplicação?

A resposta a essa pergunta é construída com base em premissas que foram investigadas na pesquisa. Em primeiro lugar, que há a constituição de um artefato ou forma cultural na playlist. Em segundo lugar, que a automação é um elemento chave para se entender a lógica da playlist de uma maneira geral, principalmente no contexto atual em plataformas de streaming. Por fim, isso implica uma ideia de ouvinte imaginado construída pelas indústrias envolvidas, de música e tecnologia.

As duas palavras-chave da afirmação da tese sustentam essas premissas e a metodologia usada. Primeiro, entende-se que a construção da mensagem por meio do agrupamento sonoro é um ato de prescrição musical; em seguida, que este ato prescritivo se dá com base em critérios técnicos, condições econômicas e conjuntos discursivos que estabelecem como uma mídia opera e como é experienciada por seu público. A prescrição musical leva em conta a maneira de falar sobre ou recomendar música, ou seja, a construção do discurso musical é uma forma de organizar e delimitar o gosto por meio da produção, dentro de determinado círculo de valores. Gallego Pérez (2011, 2015) sugere essa abordagem observando as novas formas de prescrição surgidas com a internet, que compartilham espaço agora com os modos tradicionais de prescrição: o jornalismo musical e a programação de rádio e TV. Ao explorar o estabelecimento do formato MP3 numa longa história da pesquisa sobre percepção, Sterne (2012) fornece inspiração para observar a playlist. A experiência musical é condicionada por decisões técnicas, econômicas e políticas que ajudam a criar e restringir a audição musical dentro de pressupostos de percepção sonora e estratégias de mercado estabelecidas por diferentes interesses comerciais em articulação ou disputa.

A argumentação da tese, assim, parte da apresentação e compreensão da lógica prescritiva da recomendação musical e da descrição das características fundamentais dos

modelos de recomendação automática responsáveis pela construção de playlists, que permitem caracterizá-la como um formato sociotécnico de difusão e distribuição musical. Trata-se, portanto, de um estudo da prescrição, um ato orientador de produção comunicacional – produção calcada nos signos de conhecimento, diagnóstico e credibilidade de quem prescreve sobre a quem se destina a mensagem, atribuídas ao prescritor e seu produto por meio do reconhecimento dos procedimentos de diagnóstico e decisão utilizados.

Ao afirmar que o estabelecimento de um formato prescreve uma prática de audição, busca-se afastar possíveis interpretações deterministas ou funcionalistas de manipulação midiática ou persuasão behaviorista. Assim, a prescrição orienta, condiciona ou delimita as possibilidades de audição e atuação enquanto permite o desvio e a quebra de condições sobressalentes que podem levar a consequências inesperadas, não necessariamente negativas, a todos os envolvidos no processo, ainda que sustentada por condições estruturais. Além disso, a prescrição se concentra no âmbito da produção, o que significa que, para se caracterizar uma comunicação prescritiva, não é necessário que ela seja obedecida ou subscrita, apenas que haja em seu processo características que orientam a intenção de que assim o seja.

É importante frisar que o foco na produção da mensagem pode fazer parecer ao leitor que o ouvinte é compreendido como um receptor passivo, que não possui suas próprias lógicas de uso das mensagens, ou que está à mercê de uma construção industrial da qual nada escapa, acompanhando uma visão frankfurtiana (ADORNO; HORKHEIMER, 1985). Longe disso, a eleição dos âmbitos mais próximos da produção e representação da música se dá por meras limitações de método e tempo de pesquisa. Mais uma vez, a noção de prescrição auxilia nesse sentido. Por se concentrar na produção, mas não explicar uma prática de efeito direto e manipuladora, ela permite que a pesquisa investigue uma parte de um circuito cultural, ainda que se tenha a convicção de que a prática de construção e consumo de playlists seja igualmente constituída por comportamentos e lógicas empregadas pelos ouvintes. A contribuição deste estudo, neste sentido, se dá justamente por buscar uma concepção de ouvinte imaginado pela própria indústria, o que fornece subsídios para contraposição de estudos que observem o ouvinte efetivamente.

O ato de abordar a playlist como um formato permite lançar mão de uma perspectiva teórico-metodológica que observa o artefato por si, a playlist e sua apresentação, como parte de um contexto de produção, ou seja, aprofundar sua análise sobre as condições de produção do próprio formato. Assim, é possível buscar a compreensão da playlist por meio das filosofias, pressuposições culturais e condições econômicas que impuseram decisões antes de serem apresentadas ao consumo ou recepção do público. Dessa maneira, um panorama do processo

econômico e cultural da música na comunicação digital contextualiza a transformação na distribuição e na audição musical, que passam a compor um único processo por meio do streaming e que orientam o advento do uso dos modelos de automação para a recomendação musical em grande escala.

Contexto e Relevância

A preocupação com esta categorização se justifica pela ênfase dada à automatização pelas indústrias fonográfica e digital, que buscam torná-la a forma essencial de organização das experiências musicais, possivelmente substituta da curadoria e da programação radiofônica, a partir da consolidação de serviços de streaming musical como principal meio de difusão e distribuição de fonogramas. Esse processo é aplicado para vislumbrar, no horizonte futuro, a diminuição sistemática de uma prática comunicacional fundamentalmente humana, a de curadoria e editoria. Além disso, está apoiado em um pensamento computacional que pretende tornar-se efetivo por um ciclo de tentativa e erro na aplicação de modelos matemáticos de recomendação personalizada para os ouvintes. Editorias, ainda aplicadas por estas plataformas, alimentam a lógica da automação ou são sustentadas por ela em uma influência mútua. Entretanto, suas utilidades têm categorizações diferentes, como será mostrado ao longo do trabalho.

Tal estratégia de automação não é exclusiva para o campo da música. É desenvolvida para táticas de oferta de produtos em comércio eletrônico, para avaliações e decisões gerenciais públicas e privadas e para a construção e direcionamento de qualquer tipo de produto midiático ou discursivo, como anúncios publicitários, textos informativos, páginas iniciais de portais, e-mails marketing, newsletters e recomendação de vídeos e filmes em serviços como Netflix e Youtube. O que gera preocupações das mais variadas do controle e privacidade de dados às consequências de tal engenharia social. Ao focar na playlist musical, realiza-se um fechamento específico de estudo de um amplo quadro midiático e social contemporâneo em que opera o pensamento computacional.

A princípio, a digitalização e a conexão em rede aparentam impor uma necessidade ainda maior de organização de todo tipo de informação, justamente por transformar qualquer produção simbólica em dados processados por computador à disposição de qualquer dispositivo com acesso à rede. Todavia, esta condição não é tão facilmente determinada, mas articulada a um contexto ideológico de mercado que valoriza uma noção de liberdade de escolha e personalização idealizadas no público receptor a quem essa digitalização e conexão é

direcionada. Isso significa que não é apenas a introdução de tais tecnologias na vida social que conduz à necessidade de organização de escolhas – já existente nas próprias operações da indústria, dos setores de artistas e repertório à programação radiofônica – mas, também, o contexto em que essa forma específica de oferta e organização busca se estabelecer como vencedora na disputa com outras.

Assim sendo, quando confrontado com a abundância crescente de escolhas oferecida pelo mercado em meios digitais e com a limitação econômica e cognitiva humana para lidar com elas, o próprio mercado apresenta o algoritmo computadorizado como solução. Entretanto, é necessário entender como essa proposta funciona, suas limitações e principalmente a sua condição inseparável da ideologia que a desenvolve e a aplica. Uma análise crítica não significa enxergar essas condições como necessariamente negativas, nem deterministas. Ainda assim, é necessário reconhecer que características e escolhas técnicas, econômicas e culturais sustentam este funcionamento, principalmente considerando que a automação computadorizada tem a capacidade de mascarar suas condições de desenvolvimento e operação quando destaca seu desempenho e performance com a velocidade de acesso, quantidade disponível de informações, usabilidade e ubiquidade.

A indústria musical passou por dramáticas transformações durante a primeira e, principalmente, a segunda década do século XXI. Este período evidencia mudanças profundas nas ações empreendidas por músicos, produtores e indústria fonográfica para tornar conhecidas músicas e artistas em sua forma sonora, ao vivo ou gravada, e tais mudanças são decisivas para entender a produção simbólica da comunicação musical representada na playlist contemporânea.

Do ponto de vista da cadeia produtiva da economia da música, com base em Prestes Filho (2005), o aspecto da difusão musical estaria presente, assim, em todas as etapas do processo produtivo da música: pré-produção, produção, distribuição, comercialização e consumo. Nesta perspectiva, de ênfase prioritariamente econômica, o mercado da música é composto por uma ampla teia de atores que, analisados em conexão, compõem a sequência de criação, produção, distribuição e consumo de produtos musicais. Assim, a seleção de profissionais e artistas, edição de temáticas e sonoridades, definição de formatos, pontos de distribuição, mídias, marketing e publicidade seriam os elementos de destaque num processo de difusão.

Outra forma de se enquadrar a difusão no funcionamento global da música é a aplicação de um modelo de circuito cultural da música gravada, que prevê a articulação entre cinco âmbitos: produção, representação, regulação, consumo e identidade (DU GAY et al., 2013).

Usando essa perspectiva como parâmetro de descrição, em que se vislumbra, mais do que processos econômicos, a inclusão de elementos culturais do cenário musical, a difusão seria analisada principalmente na articulação entre produção, representação, regulação e consumo. A sistematização de seleção de músicas e artistas para compor um catálogo de uma gravadora, faixas para um álbum ou uma playlist do rádio tradicional ou digital é situada na produção, pela eleição de sonoridades, temáticas, associação de ritmos e timbres; na representação, com o enquadramento entre gêneros, escolhas discursivas, imagem, embalagem, design e distribuição; na regulação, com as decisões sobre formatos de distribuição e canais de difusão sonora; e no consumo, a partir das condições possíveis em que o acesso é realizado e nas trocas de conhecimento praticadas entre os consumidores.

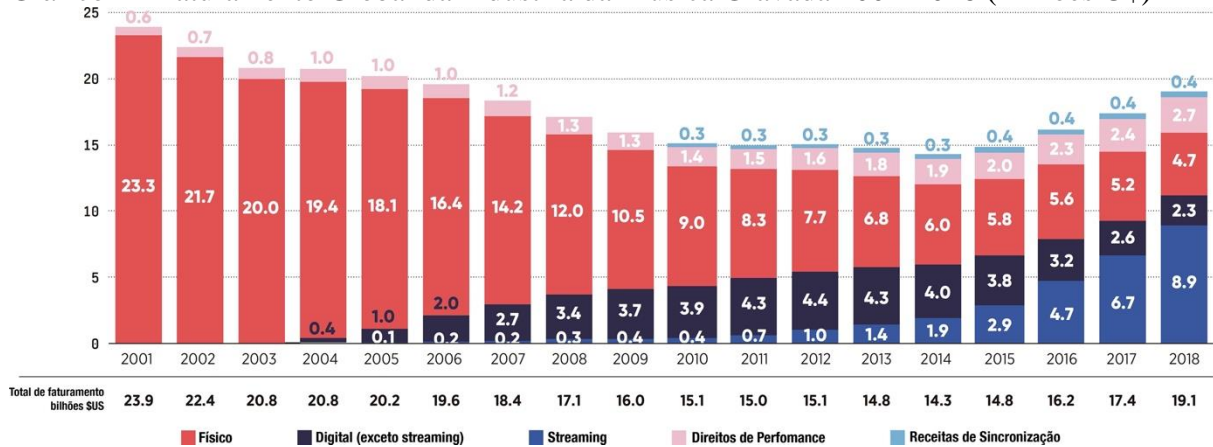
Entretanto, entre estes elementos, é nas decisões referentes às condições de audição ou experiência que as implicações sobre a prescrição musical são primordiais e apontam para a mudança no papel da difusão musical atual. Com base nas decisões sobre onde e como a música será efetivamente ouvida é que se estabelecem suas principais condições prescritivas. Nesse sentido, o mercado digital está diretamente ligado à diminuição da importância dos elementos distributivos, a venda ou revenda nas lojas de discos, agora absorvidos pela fase da comercialização e divulgação midiática, tanto para o consumo em si como para a geração de receita. Uma difusão-distribuição, neste momento, concentra-se na oferta de músicas em seu estado sonoro: a audição da música gravada inserida em condições específicas, pela transmissão radiofônica ou televisiva, pelo acesso digital por streaming, pela audição em produtos audiovisuais e pela sonorização de ambientes, sem o controle dos ouvintes. Todas elas são responsáveis por receitas diretas para a indústria fonográfica – com destaque para o streaming, por meio do pagamento de licenciamentos de uso e direitos autorais e conexos¹.

O

Gráfico 1 ilustra a evolução do faturamento da indústria fonográfica registradas pela Federação Internacional da Indústria Fonográfica (IFPI, em inglês). Destaca-se o surgimento do detalhamento das receitas de licenciamento para programas de TV, cinema, videogames e publicidade – sincronização – como fonte de receita em 2010.

¹ Segundo De Marchi (2016), os direitos autorais são “um direito de exclusão concedido pelo Estado” que “possibilitam que seus titulares possam regular o usufruto dos bens e serviços que oferecem, podendo cobrar o mais alto preço possível durante certo tempo”, se referindo tanto aos autores quanto outros profissionais envolvidos na obra, como produtores e intérpretes – os conexos.

Gráfico 1 - Faturamento Global da Indústria da Música Gravada 2001-2018 (Bilhões U\$)



Fonte: IFPI, 2019, p. 13

Não se supõe que a fonte de receitas destes licenciamentos fosse inexpressiva antes de 2010, portanto é interessante notar como a relevância de tais receitas passa a ser considerada digna de distinção específica a partir daquele momento. Outro dado importante mostrado pelo gráfico é o crescimento das receitas referentes à performance, que se referem à execução pública e em radiodifusão – rádio hertziano e televisão – dos fonogramas. Somadas à sincronização, essas fontes de receita vindas da difusão sonora da música representaram, em 2017, 16% das receitas da indústria e, somadas ao streaming, 54% de toda a receita. Demonstra-se, assim, a mudança de paradigma no papel central dessas mídias para a indústria fonográfica: de simples divulgadores para efetivos distribuidores e difusores de música.

Além disso, a Pró-Música, associada brasileira da IFPI, estima um faturamento total no mercado brasileiro de 2019 de US\$ 298,8 milhões, dos quais US\$ 207,8 milhões originados do streaming. Isso significa que o faturamento do streaming brasileiro representa 69,5% de todo o mercado fonográfico nacional. Se forem considerados os números de usuários divulgados pelos serviços, é possível ter uma dimensão do alcance destas plataformas e de sua relevância (PRÓ-MUSICA, 2019). O Spotify informa ter 271 milhões de usuários mensais ativos, entre os quais 124 milhões de assinantes. A Apple Music, que não tem versão gratuita, declara ter 60 milhões de assinantes. A Deezer afirma ter 14 milhões de usuários ativos, sendo 7 milhões pagantes de assinaturas. A Amazon Music declara ter 55 milhões globalmente, e a Tencent, empresa chinesa com três diferentes plataformas de streaming, 35,4 milhões de assinantes e 661 milhões de usuários. Segundo a Alphabet/Google, em 2018, cerca de 1 bilhão de pessoas usava o Youtube para descoberta musical e, em 2020, o Youtube Premium e Youtube Music agrupavam 20

milhões de assinantes (DREDGE, 2020). Todos esses números são divulgados pelas próprias empresas de tecnologia e entidades representativas da indústria fonográfica, e não podem ser tomados como fiéis retratos da indústria musical como um todo, mas indicam a gigantesca dimensão das consequências da digitalização, dos relacionamentos entre essas duas indústrias e, principalmente, a importância que elas dão ao streaming em sua retórica.

Cada um dos usuários pagantes de Spotify, Apple Music e Deezer dispõe de ao menos uma playlist personalizada automática. Isso significa que seriam no mínimo 191 milhões de playlists individuais disponíveis para audição a cada semana. Somam-se a isso as playlists públicas de usuários, gravadoras, editoras, distribuidoras e dos próprios serviços. Estas são oferecidas em telas iniciais personalizadas, mas disponíveis a qualquer usuário e seguidas pelos que desejam ser avisados das atualizações. Para se ter uma noção da popularidade do formato, no Spotify as playlists com maior número de seguidores são as automáticas *Today's Top Hits*, com mais de 25,9 milhões de seguidores, e *Global Top 50*, com mais de 15 milhões, e a editorial *Rap Caviar*, com mais de 12,7 milhões, todas do próprio Spotify. A primeira playlist não produzida pelo serviço a aparecer neste ranking é a *80s Smash Hits*, compilada pelo Filtr, divisão de editoração de playlists da Sony Music, na 77ª posição, com mais de 2,4 milhões de seguidores. Na Deezer, as playlists mais ouvidas são *Les titres du moment*, com autoria atribuída a Gil, editor da França, com mais de 10 milhões de seguidores; *Selección Editorial*, produzida por Diana, editora do México, com mais de 6,6 milhões de seguidores; e *Brand New UK*, de Robin, editor de alternativo/*indie*, com quase 6 milhões de seguidores. Mais uma vez, a Sony Music, com o Filtr, é a primeira a surgir com uma playlist que não é produzida pelo próprio serviço: *Funk 2020 lançamentos | Melhores funks 2020*, na 83ª posição, com mais de 294 mil seguidores (SOUNDCHARTS, 2020). O Apple Music não tem a função de seguir playlists e não divulga números de audição.

Leva-se em consideração que a forma de apresentação destes dados evidencia em si mesma uma promoção por parte das indústrias desses modos de acesso, ou seja, não é preciso olhar para esses dados criticamente, compreendendo a lógica de sua divulgação. A centralização do streaming é uma importante ferramenta para a indústria. Acompanhando De Marchi (2016), entende-se que os elementos fundamentais que permitiram à indústria fonográfica estabelecer-se como principal ator do mercado musical foram a capacidade de dominar a organização dos direitos autorais, seja influenciando a alteração de leis que evitassem o pagamento de direitos antes previstos, seja adquirindo os direitos e a proteção legal para sua posse; e a capacidade de ditar e dominar as possibilidades técnicas de distribuição e difusão da

música gravada. Esta última é que sofre o maior abalo com a expansão da codificação digital e de um mercado de fonogramas digitais.

As duas características fundantes dessa corrosão do poder de controle sobre as tecnologias de produção e distribuição são a dramática redução da comercialização de CDs, suporte físico musical padronizado pela indústria, e o estabelecimento do mercado digital, cuja lógica de relação entre consumidores e fonogramas é altamente contrastante com a anterior. A digitalização dos fonogramas, ampliada pela adoção do CD, facilitou a capacidade de multiplicação da reprodução musical sem perder a qualidade do original. A cópia da mídia digital, além disso, não traz consigo as dificuldades da reprodução física dos registros analógicos: a necessidade de audição no tempo real para cópia das fitas e o custo do material do suporte físico, por exemplo. Dessa forma, foi permitida uma expansão em larga escala da contrafação do material físico original. Enquanto o comércio de fitas cassete falsificadas representou 3% do mercado brasileiro (DE MARCHI, 2016), um incômodo combatido pela indústria, o do CD fez com que esse comércio ilegal saltasse para 52% em 2003, segundo a Pró-Música – Produtores Fonográficos Associados² (2004). Um cenário pintado pelas entidades representantes da grande indústria fonográfica como catastrófico, ainda que questionável em sua metodologia, já que desconsiderava o surgimento de novos pontos de venda e associava o consumo do produto falsificado a uma suposta perda de consumo do original.

Se, inicialmente, essas entidades responderam com desconfiança e litígio às práticas de consumo desenvolvidas no ambiente digital, de meados dos anos 2000 até o início dos 2010 observou-se crescente confiança das indústrias em relação ao mercado digital e à proliferação de modelos de negócios diversos, utilizando-se do espírito de abertura de acesso e circulação da internet, sustentada por um ambiente de cooperação entre a indústria fonográfica e da tecnologia da informação para o desenvolvimento de novos modelos de distribuição monetizada dos fonogramas. Entretanto, o fim da década de 2000 já apresentava sinais de que ocorreria uma concentração dos distribuidores, dada a tendência da criação de um “ecossistema” de consumo em que o acesso a um grande número de fonogramas em uma só plataforma corresponderia à justificativa pela cobrança deste acesso e facilitador de captação de usuários. Assim, uma relação de poder econômico entre aqueles capazes de assegurar o maior número de acordos de direitos com os catálogos mais atrativos, e capazes de se promoverem como tais, voltou a se estabelecer a partir desse período.

² Antiga Associação Brasileira de Produtores Fonográficos – ABPD, criada em 1958, alterou seu nome em 2016. Será utilizada a nomenclatura atual quando for referida a instituição e sua sigla antiga quando forem citadas publicações anteriores à mudança de nome (PRÓ-MÚSICA, 2018).

As plataformas de streaming tornam-se, inicialmente, parte significativa deste mercado que se adapta a uma demanda de consumo diferente da aquisição do fonograma, e ao mesmo tempo estabelecem lógicas controladas de consumo que interessam à indústria fonográfica. A profusão de formas de acesso demonstrava o poder da proposta da abertura imbuída à web. Diferente da lógica empresarial de fechamento, controle e concentração da produção pelas empresas, predominante no século XX, a capacidade de produzir, difundir e ouvir músicas de várias maneiras corresponde à ideia da ampliação de fontes de acesso e liberdade de escolha. Tais proposições criaram um embate no campo das indústrias midiáticas, de informação e de cultura.

A ascensão e consolidação dessas plataformas corresponde a duas tendências de consumo principais trazidas pela digitalização e identificadas por Nancy Baym (2010) no fim dos anos 2000: a sociabilidade e as trocas simbólicas ligadas à audição musical, em detrimento da aquisição do fonograma. Essas tendências só foram realmente percebidas e incorporadas às estratégias da indústria fonográfica a partir das parcerias com empresas eletrônicas de música e do arrefecimento da desconfiança em relação à internet que essa indústria nutria desde o início do século. Como a autora observa, as ferramentas on-line disponíveis para as audiências musicais são utilizadas para “agregar afeto, criar identidades sociais, coletar informação, compartilhar interpretações e criar entre si”³ (BAYM, 2010, p. 178, tradução nossa). As práticas de consumo ligadas ao compartilhamento são formas de comunicação, socialização e descoberta musical, e desconsideram as implicações econômicas do controle da indústria. As plataformas de streaming, por sua vez, perceberam justamente essas características, e passaram a trabalhar em torno das relações sociais formadas on-line para criar um modelo de negócios que correspondesse de maneira satisfatória a elas, substituindo a “lógica da compra do disco pelo acesso a uma grande quantidade de fonogramas hospedados nas redes digitais” e liberando o ouvinte de salvar ou organizar seus fonogramas digitais individualmente em seu dispositivo. Assim, passaram a fornecer uma “conciliação das novas práticas de consumo de conteúdos digitais aos interesses dos agentes da indústria da música que afeta o desenvolvimento de seu modelo de negócio” (KISCHINHEVSKY; VICENTE; DE MARCHI, 2015, p. 303), alterando o consumo musical de uma commodity adquirida para uma experiência *commodificada* (ERIKSSON et al., 2019).

³ Do original: pool affect, create social identities, collect intelligence, share interpretations, and create for each other.

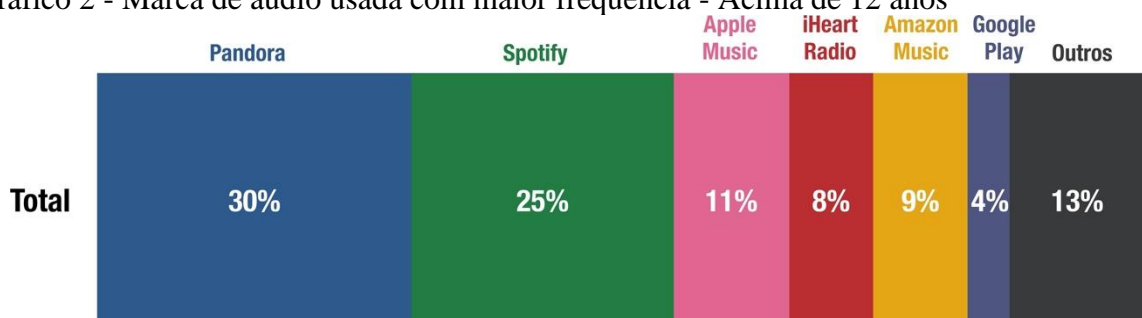
Todos esses elementos tornaram-se, durante essa década, condicionantes importantes para as receitas da indústria fonográfica, que voltaram a crescer em 2015, justamente puxadas pelo fortalecimento de plataformas semifechadas: o consumo é limitado ao seu ambiente, mas conectado a outras formas de comportamento on-line como sites de redes sociais. Foram se solidificando modelos específicos de intermediação entre indústria, artistas e público on-line, caracterizados por Kischinhevsky e Campos (2015), por suas características econômicas e de atuação.

Tais modelos deram origem a uma modalidade comunicacional híbrida em suas formas de atuação, que Kischinhevsky chama de mídias sociais de base radiofônica, ou Rádio Social. Para o pesquisador, a maneira como se organizam essas mídias sociais em torno da produção de playlists e etiquetagem musical para suprir a lógica de consumo emergida da digitalização as constitui como um espaço “de negociação de identidades, de representação social e cultural, de comunicação interpessoal e de formação de comunidades de gosto”, em que são distribuídos e consumidos conteúdos sonoros – não apenas musicais. Essa imbricação de socialidades nas plataformas digitais estabeleceria uma base importante para o desenvolvimento de serviços como Last.fm e Pandora, em meados dos anos 2000, e sua competição com o rádio tradicional. Além disso, marcaria um ponto importante para o desenvolvimento das playlists automáticas, ao fornecer vastos bancos de dados de fonogramas e metadados que alimentam os sistemas de recomendação.

Na busca pelo estabelecimento de modelos de negócio no início da década de 2010, várias iniciativas independentes de difusão e distribuição musical foram à falência, ou absorvidas por empresas com maiores fatias de mercado e recursos obtidos de investidores, incluídas aí as grandes gravadoras, também concentradas. No

Gráfico 2, observa-se a divisão das marcas de fontes de consumo de áudio entre as maiores empresas nos Estados Unidos, conforme a pesquisa Infinite Dial 2019, realizada pela Edison Research em conjunto com a Triton Digital (2019). Repare-se no domínio do mercado por parte de um grupo pequeno de empresas.

Gráfico 2 - Marca de áudio usada com maior frequência - Acima de 12 anos



Fonte: EDISON RESEARCH, 2019

As principais concentradoras de uso são exclusivas de streaming, com exceção da iHeartRadio, que também domina uma rede de 850 estações de rádio, e organizam-se em dois tipos de difusão e o mesmo de financiamento, a assinatura. Pandora e iHeartRadio são baseadas no modelo de recomendação automática e mais próximas do rádio tradicional, com a audição de playlists produzidas por curadoria ou automatizadas por algoritmos. Spotify, Apple Music, Amazon Prime Music e Google Play Music (que se tornou Youtube Music, fundindo-se em 2018) oferecem a possibilidade de audição sob demanda, em que o usuário seleciona o fonograma que quiser na sequência e momento que desejar.

Enquanto novos modelos de negócio ainda não têm sustentabilidade assegurada, a concentração de marcas e o relacionamento estreito entre grandes gravadoras e distribuidoras independentes evidenciam um fortalecimento das plataformas de streaming frente ao download pago e às outras formas de distribuição, que garante a lucratividade do mercado. Evidenciam, ainda, que a difusão sonora é que protagoniza, hoje, a distribuição dos fonogramas.

Nas plataformas mais estabelecidas, uma característica importante é o gigantismo do acervo musical: mais de 50 milhões no Spotify (2020a), mais de 56 milhões na Deezer (2020a), 60 milhões, no Apple Music – número destacado na primeira página do serviço (APPLE, 2020), para ficar apenas nos maiores disponíveis no Brasil. A ampliação do acesso aos fonogramas digitais para a ordem das várias dezenas de milhões torna o encontro com as faixas um ato de imensa dificuldade. Faz-se necessário não apenas um intermediário que disponibilize o acesso, mas que este seja uma figura que organize as ofertas e a difusão de um repertório possível para o ouvinte. Antes, a função dos departamentos de Artistas e Repertório (A&R) das gravadoras (grandes ou independentes) era a busca de talentos, boa parte deles artistas “não assinados”, para produção e contratação. Agora, trata-se da seleção para a apresentação ao público daquilo que está disponível, mas invisível para o ouvinte comum. O diferencial dos difusores sonoros se concentrará na seleção e apresentação de um repertório caracterizado pela personalização da experiência. Daí a relevância da solução algorítmica aqui analisada.

Para atender a essa necessidade é que foram construídas as ofertas de playlists. Pesquisa da MIDiA Research (FULLER, 2019; MULLIGAN, 2019a), indica a relevância das playlists na forma como se consome música nestas plataformas, e na competição entre serviços. Segundo a pesquisa, realizada em nove países, incluído o Brasil, 15% dos entrevistados ouviam música por meio de playlists editoriais, 23% criavam suas próprias playlists e 20% ouviam estações de rádio por streaming. Segundo Bonini e Gandini (2019a, p. 2) citando pesquisa da Nielsen Music, nos Estados Unidos quase 60% dos usuários de streaming ouvem música por playlists.

A filtragem e organização de músicas por blogs de fãs, sites de notícias, informações sobre shows, arquivos e fóruns musicais, ou adicionadas pelas próprias empresas pelo *tagging* dos fonogramas e processamento dos sinais de áudio, são fontes importantes para a construção desse diferencial, que implica na concorrência com outros tradicionais atores da prescrição musical, como DJs de rádio, programadores e diretores artísticos de TV e imprensa especializada (BAYM, 2010; GALLEGO PÉREZ, 2011; KISCHINHEVSKY; VICENTE; DE MARCHI, 2015). Além disso, permitem uma ressignificação da noção de compartilhamento. Diferentemente dos programas P2P, nos quais os usuários trocam os arquivos muitas vezes sem estabelecer uma comunicação direta entre si, nos serviços de streaming o compartilhamento significa apresentar publicamente o que se está ouvindo e estabelecer laços sociais com outros usuários a partir dessa informação, no entanto sem ter o controle sobre o fluxo dos arquivos (KISCHINHEVSKY; VICENTE; DE MARCHI, 2015).

Essa ressignificação demonstra que a ideia de uma participação livre de amarras, ao menos nos grandes serviços streaming, deu mais espaço à concentração pela reprodução do que se consome do que à produção de músicas, *remixes* e ofertas do próprio ouvinte. Como observa Norma Coates (2016, p. 193, tradução nossa) a consolidação destes serviços ampliou as possibilidades de descoberta musical para qualquer um, dando a ouvintes portais de expansão de sonoridades, gêneros e artistas. Entretanto, em vez disso, o streaming criou sistemas fechados de distribuição mais limitados que o rádio tradicional, em virtude de sua baixa rotação e atualização. A preocupação evidenciada pela autora reside justamente no fato de que, ainda que estes modelos estejam em seu relativo início e possam continuar se transformando, é dúvida se as empresas não tomarão para si os “velhos papéis das *majors*, favorecendo certos sons e cultivando gostos que podem ser considerados *mainstream* enquanto dificultam a descoberta”⁴. Isso teria consequências diretas na exposição e pagamento de direitos pela difusão, que hoje são a principal fonte de renda para artistas, distribuidores e as próprias gravadoras.

Em rota ascendente nesta década, a importância do mercado digital capitaneou os debates sobre as condições da produção, credibilidade e multiplicidade de fontes da informação, frente à ampla disseminação de notícias falsas e suas consequências políticas e institucionais. Debate-se ainda a sedimentação de um pensamento comunicacional que situa na automação algorítmica a resolução de toda a sorte de problemas de gestão, baseando-se na quantificação e digitalização de todo tipo de produção midiática ou ação de registro, unificadas sob a alcunha

⁴ Do original: take the role formerly played by major labels, favoring certain sounds and cultivating tastes that might be considered mainstream while making it difficult truly to discover music.

de “conteúdo”. Isso foi possibilitado pela ampla adoção da computação para exercício de funções antes desempenhadas por humanos, com a crescente atribuição de credibilidade às funções das técnicas algorítmicas informatizadas. São duas as características relacionadas à difusão musical nesse contexto: (a) a resposta ao crescimento das ofertas musicais e a automação computadorizada como solução para a comercialização destes novos modelos; (b) a adoção de um pensamento computacional para a resolução de problemas e seu paralelo socioeconômico da fragmentação e matematização das relações sociais.

Então, a indústria fonográfica chegou ao fim da década de 2010 retomando algum controle sobre a difusão musical a partir de parcerias estratégicas de distribuição combinadas à difusão, que dependem do pesado uso e de alterações de leis de direito autoral pelo mundo. Além disso, essas parcerias são realizadas com empresas eletrônicas de música cujo foco está no uso de modelos matemáticos de gestão da informação para a correspondência personalizada, ou semipersonalizada, às práticas de consumo de diferentes públicos concentrados nas mesmas fontes de acesso. A estratégia para lidar com as diferentes formas de encarar a audição musical é compreendê-las a partir de subdivisões que equalizam demandas, comportamentos, julgamentos de valor e relações sociais que se tornam variáveis para seus modelos matemáticos e que resultam tanto em construções automatizadas como em respostas humanas de ofertas de música.

Como consequência dessas características tem-se então uma condição da difusão musical hoje em que (a) as empresas eletrônicas de música estão em parceria estreita, porém frágil, com a indústria fonográfica, incluindo participações acionárias destas últimas em distribuidores e plataformas de streaming; (b) a prospecção e difusão de novas músicas e artistas é altamente ligada a uma tríade de automação-personalização-digitalização; (c) o fechamento e concentração de acesso a um universo específico de fonogramas é construído a partir da produção de playlists; (d) há incerteza e tensões constantes sobre a consolidação de modelos de receita que funcionem para artistas, produtores, distribuidores e difusores de música. A pesquisa da prescrição musical pela playlist se insere nesse contexto, podendo elucidar principalmente elementos que influenciam (b) e (d).

Objetivos

O objetivo geral é analisar as características de produção e circulação da playlist musical automática em plataformas de streaming. Para isso, os objetivos específicos são assim delineados: (I) levantar a bibliografia sobre a definição e características da playlist; (II)

investigar a história das prescrições comerciais da música gravada, buscando delinear as diferenças e semelhanças entre diferentes formatos prescritivos; (III) levantar um corpo bibliográfico consistente sobre modelos de recomendação musical automática; (IV) analisar as explicações e avaliações dos modelos matemáticos de recomendação musical registradas nessas bibliografias, a fim de (V) identificar valores e pressuposições acerca do ouvinte e da audição musical imbuídos nesses procedimentos; (VI) registrar e analisar a maneira como as playlists são ofertadas aos usuários de plataformas de streaming, buscando (VII) verificar a relevância das playlists automáticas e editoriais entre as modalidades de acesso dentro dos serviços; e finalmente (VIII) refletir sobre as relações estabelecidas entre as abordagens editoriais e automáticas na produção da prescrição musical em plataformas de streaming.

Metodologia

Nos primeiros passos da pesquisa decidiu-se que a metodologia seria construída em torno dos próprios conceitos de prescrição e de formato, de maneira que fosse possível identificar o que caracteriza um processo de prescrição e os processos de constituição de um formato, para então levantar possíveis formas de investigação. Assim, optou-se por uma análise cultural, ou uma crítica da ideologia, em que os artefatos culturais que circundam a constituição deste formato representam um conjunto de ideias sobre a playlist e sobre música, apontando para o alcance dos objetivos.

Nesse sentido, a partir da centralidade dos serviços de streaming para o estabelecimento do formato, foram perseguidos dois pontos centrais: o da convergência entre difusão e distribuição musical como favorecedor da nova prescrição musical que a playlist engendra; e o dos procedimentos de tentativa e erro dos programadores de algoritmos de recomendação na busca por condicionar a cultura em seu pensamento computacional. Combinaram-se diferentes procedimentos de coleta, não como um estudo de caso ou análise empírica das prescrições ou do consumo das playlists, nem dos procedimentos e dos produtos da construção automática da playlist, mas sim dos discursos e registros materiais dos modelos que a constituem, sua aplicação, divulgação e justificação de sua adoção no universo musical.

A construção deste objeto dependeu também dos percalços da pesquisa. Percebeu-se que as pesquisas nas áreas humanas e sociais sobre computação e suas empresas têm esbarrado nas dificuldades de acesso impostas por esse campo. No caso dos algoritmos e da inteligência artificial, proposições de estudo tem que encarar a dificuldade, segundo Seaver (2017, p. 2), de compreender uma definição que lide com a relação entre “formalismo e cultura”. Muitos desses

esforços de estudar criticamente companhias de tecnologia e seus algoritmos esbarram neste desafio e na opacidade em torno desses objetos. A saída tem sido proposições inspiradas pela etnografia e pela etnometodologia, com uma análise que envolve observações não participantes, caça por evidências espalhadas e análises documentais, o ambiente cultural do entorno e não interno do objeto.

Um exemplo recente é o estudo do Spotify de Erikson et al. (2019), que emprega uma série de procedimentos que os autores chamam de “intervenções” na plataforma. Essa metodologia busca “desmontar” a construção da empresa por meio de diferentes estratégias que se engajam com a plataforma, provocam comportamentos dos algoritmos, analisam diferentes discursos midiáticos e de fontes secundárias e combinam tais elementos para uma narrativa sobre sua produção. Como os autores destacam, sua pesquisa traça,

em vários níveis, o processo de construção do Spotify. Entra tecnicamente e parcialmente em suas caixas pretas, empregando métodos digitais como bots ou pequenos scripts de software. Pelos últimos 10 anos, tais métodos têm sido desenvolvidos e utilizados amplamente em pesquisas sociais e humanas em bancos de dados grandes ou médios. Parte dessa pesquisa também depende de entrevistas, análises documentais, trabalho de arquivo e formas não participativas de observação⁵ (ERIKSSON et al., 2019, p. 7, tradução nossa).

Tiziano Bonini e Alessandro Gandini (2019b) discutem essas dificuldades ao estudar o campo da curadoria humana em plataformas de streaming e se deparar com diferentes estratégias usadas pelas empresas para evitar seu acesso. Neste caso, os autores perceberam que as caixas-pretas da tecnologia algorítmica não são necessariamente os programas, e sim a rede de empresas de tecnologia operadoras deste campo. Observam ainda que pesquisas como a de Seaver, a partir fontes on-line, conferências, laboratórios e outros convívios sociais, poderiam ser instrumentos para a compreensão dessa rede.

Da mesma maneira, de início procurou-se desvendar a questão da curadoria, suas lógicas profissionais e institucionais. A intenção era investigar o perfil cultural desta função, sua preparação, objetivos e filosofias de programação. Para isso, foram procurados os serviços de streaming presentes no Brasil, e tentou-se contato com os responsáveis pela construção de playlists nestas empresas. O resultado foi insatisfatório. O Spotify recusou sumariamente a participação de seu editor, a Apple Music e ignorou as tentativas de contato, assim como a Google. Somente uma pessoa, atuando na editoria de um serviço de streaming, deu abertura

⁵ Do original: This book traces, on various levels, the process of Spotify's becoming. It partly enters its black boxes technically, by employing digital methods such as bots, or small software scripts. Over the last decade, such digital methods have been developed and widely deployed to perform social science and humanist inquiries on big or midsize datasets. Part of the research also relies on interviews, document analysis, archival work, and nonparticipant forms of observation.

para entrevista. Somaram-se, um profissional responsável pela editoria de playlists de uma gravadora e um editor de uma agência musical, que prestava, ao momento, serviços para um canal de playlists de outra gravadora. Para manter uma consistência técnica e para evitar uma valorização desmedida destas entrevistas, decidiu-se manter o anonimato dos entrevistados e das empresas em que atuavam. Eles serão identificados pela etiqueta EV seguida de um número, denotando Entrevistado 01, Entrevistado 02 e Entrevistado 03, conforme seus depoimentos forem usados para contextualizar ou colocar em perspectiva momentos da análise.

As três entrevistas foram realizadas de maneira semiestruturada, por telefone ou presenciais. A condução dos itens planejados era deixada a cargo do entrevistado e somente reconduzidas pelo entrevistador quando esgotadas as falas do respondente. As entrevistas foram gravadas e ouvidas repetidas vezes para uma transcrição de pontos relevantes e analisadas buscando encontrar pontos de convergência entre as respostas, temas em comum e possíveis aspectos distintos. Como o foco das entrevistas foi o perfil cultural destes editores e não elementos chave emergidos após a mudança da pesquisa, pouco foi aprofundado, mas suas respostas se mostraram úteis ao complementar resultados obtidos por Bonini e Gandini em sua pesquisa (2019b).

O parco resultado de acesso a possíveis entrevistados condiz com as dificuldades enfrentadas por outros autores. O que motivou, assim, o redirecionamento para uma investigação dos discursos que permeiam o desenvolvimento dos sistemas de recomendação e a forma como as mensagens musicais construídas por eles compõem uma nova mensagem de experiência musical nestas plataformas. Essas análises levaram em consideração a identificação do que Seaver (2017, p. 9) baseando-se em Bakhtin, chama de heteroglossia corporativa: os textos produzidos por diferentes atores empresariais não podem ser lidos como isolados de práticas culturais compartilhadas por empresas e dentro delas, buscando combinar diferentes canais de comunicação para compor essa rede de significados. Analisar com profundidade a retórica da computação que propõe a organização das recomendações automáticas foi o caminho escolhido para estabelecer esse reconhecimento dos significados expostos socialmente sobre a playlist automática (BONINI; GANDINI, 2019b; SEAVER, 2017).

Por isso, em paralelo às tentativas frustradas de acesso a curadores e programadores de algoritmos de recomendação, iniciou-se uma análise documental sobre a bibliografia que discute a programação radiofônica, os desafios do rádio musical e suas transformações (AHLKVIST, 2001; AHLKVIST; FISHER, 2000; ROTHENBUHLER; MCCOURT, 1987; WALL, 2004; WALL, 2007). Foi deste primeiro esforço que tais categorias como filosofias de

programação, e diferentes aspectos da curadoria digital de música, foram apropriados para o histórico da playlist. A partir daí, percebeu-se que a pesquisa documental seria um procedimento apropriado, assim foram delineadas revisões bibliográficas centrais ao trabalho.

Foram duas revisões sistematizadas que buscaram, a primeira buscou compreender os usos da expressão playlist e sua conceituação na produção científica e histórica, a segunda, a categorização e compreensão dos modelos automatizados de recomendação musical. Nesse sentido, as publicações que refletiam a produção da playlist seriam o ponto chave para análise. Dado que, se a curadoria humana não seria passível de ser estudada, por outro lado talvez a lógica de programação dos sistemas de construção automática fosse mais acessível. Não se esperava que engenheiros de software e analistas empregados pelos serviços de streaming estivessem mais disponíveis que os curadores, mas, diferentemente das limitadas pesquisas acadêmicas sobre programação musical e principalmente curadoria digital, a primeira revisão bibliográfica evidenciou que os sistemas de recomendação faziam parte de um vasto campo de estudos nas ciências da computação e enfatizam a construção de playlists. A codificação do conceito de playlist e dos modelos de recomendação automática digital foi assim realizada, conforme descreve-se a seguir.

Para o conceito de playlist, partiu-se da definição de uma base de dados que pudesse delimitar as buscas diante da infinidade de possibilidades de pesquisa encontradas hoje pela internet. Decidiu-se pelo portal de periódicos da Capes⁶, que registra produções científicas de todo o mundo e possibilita o acesso de estudantes de instituições de ensino superior público a “mais de 38 mil periódicos com texto completo e 134 bases referenciais” (CAPES, 2017). Da mesma maneira, decidiu-se por uma base de dados especializada para a questão da automação. A conferência internacional RecSys, promovida pela *Association for Computer Machinery* (ACM)⁷, exclusivamente voltada para os sistemas de recomendação, mostrou-se uma fonte promissora por concentrar publicações científicas e defesas técnicas para abordagens de automação da construção da playlist, inclusive contando com publicações e painéis de representantes corporativos de serviços de streaming.

Essa proposta de análise de publicações pode ser problematizada. Seaver observa ser necessário um amplo acesso também aos depoimentos e às próprias conferências, pois

⁶ <http://www.periodicos.capes.gov.br/>.

⁷ A ACM é uma das maiores associações internacionais de pesquisa, ensino e indústria na área da computação. Além de outras atribuições promove conferências especializadas em várias áreas da computação e possui um portal de publicações e periódicos da área com 600 mil trabalhos disponíveis e acessíveis pelo portal de periódicos da Capes (ACM, 2020).

diferentes definições sobre o que é um algoritmo e suas avaliações são discutidas informalmente nestes espaços, sendo perpassadas pelo contexto em que se define.

Um cientista de dados trabalhando no Facebook em 2017, um matemático acadêmico trabalhando em uma prova em 1940 e um médico estabelecendo procedimentos de tratamento em 1995 podem, todos, defender, corretamente, estar trabalhando com "algoritmos", mas isso não significa que estão falando da mesma coisa. Uma dependência acrítica em especialistas toma sua coerência como ponto pacífico e corre o risco de obscurecer um interesse importante da academia crítica: o que acontece nas fronteiras dos regimes de conhecimento⁸ (SEAVAR, 2017, p. 2, tradução nossa).

Entretanto, desenhou-se a pesquisa como a busca pelo significado e construção de um formato playlist que é dependente destes discursos científicos, e não apenas da prática diária. Assim, compreendeu-se que observar a defesa discursiva de modelos algorítmicos de recomendação seria possibilitar um olhar específico sobre o imaginário que permite essas outras condições. Os significados culturais e técnicos do algoritmo estão inscritos também nas práticas formais do campo corporativo e acadêmico, misturados. São as culturas de produção (PETERSON; ANAND, 2004) constituindo interações diferentes com objetos instáveis, não fixos, dentro de um circuito cultural e materializados em artefatos culturais deste universo (DU GAY et al., 2013; SEAVAR, 2017).

Na primeira revisão, foi realizada a busca da palavra-chave, limitando-se os resultados a artigos e atas de congressos e filtrando-se apenas aqueles revisados por pares. Julgando ser a expressão “playlist” de uso corrente em línguas inglesa, portuguesa e espanhola, ao menos, entendeu-se que os resultados apenas com essa expressão dariam conta da pesquisa. Essa busca resultou em 1.556 publicações no total. Para os modelos de recomendação na segunda revisão, decidiu-se que seriam selecionadas as publicações se referiam a música – um total de 901 trabalhos.

As revisões ocorreram em etapas de filtragem. Para o conceito de playlist, na primeira filtragem, a partir da própria página de resultados da busca no portal, foram selecionadas as publicações em que o contexto imediato de aparecimento da palavra-chave ou o próprio resumo do trabalho apresentavam conexão temática com a construção ou a oferta de playlist, seja na definição de seus conteúdos, seus objetivos, perfis e públicos dessa construção.

Foram ignorados estudos que utilizaram playlists para analisar efeitos ou influências de músicas, por exemplo, ou que citaram a expressão, mas não tinham o foco explícito na própria

⁸ Do original: A data scientist working at Facebook in 2017, a university mathematician working on a proof in 1940, and a doctor establishing treatment procedures in 1995 may all claim, correctly, to be working on “algorithms,” but this does not mean they are talking about the same thing. An uncritical reliance on experts takes their coherence for granted and runs the risk of obscuring a key interest of critical scholars: what happens at the edges of knowledge regimes.

playlist ou não apresentavam uma explicação sobre o significado da expressão. Também não foram levados em conta trabalhos envolvendo material audiovisual, apenas aqueles que se referiam a playlist musical. Além disso, considerou-se o contexto de uso e produção da playlist em torno do consumo, audição ou uso musical em si mesmo, e não com objetivos extras como comerciais, de saúde ou para a educação. Ainda nessa primeira seleção, os artigos que se referiam à programação de rádio ou elementos do rádio musical que usavam o termo foram considerados mesmo não se referindo diretamente à produção das playlists, pois se enquadram na noção de oferta musical pretendida. Conforme os resultados retrocedem no tempo, menos restritiva foi a seleção: referências ao teatro ou à organização de sons de maneira geral foram incorporadas à lista, pelo mesmo motivo daqueles que se referiam à programação musical radiofônica, por aproximarem-se da lógica da recomendação de fruição musical e afastarem-se da definição puramente digital dos sistemas de recomendação automática. Restaram selecionados dessa primeira filtragem 311 artigos, reduzidos a 252 descartados os documentos não disponíveis na íntegra e as entradas duplicadas.

Na segunda filtragem, os arquivos foram inseridos no software de análise qualitativa Nvivo⁹ para que se tirasse proveito de seu sistema de buscas de palavras-chave. Mais uma vez a palavra “playlist” foi buscada no conteúdo dos arquivos. Os resultados são apresentados pelo software em uma única página, sendo possível expandir o contexto em que palavra aparece, e visualizar os parágrafos que a circundam. Foram selecionados primeiramente os trabalhos que apresentavam de forma explícita uma definição para o conceito de playlist ou o histórico de uso do conceito, a partir de expressões como “uma playlist é” ou “playlists são” e equivalentes. Além destes, foram adicionados trabalhos que realizavam juízos de valor sobre a aplicação, geração ou uso das playlists ou que davam indicações do significado de uma playlist para usuários, empresas, softwares de recomendação etc.

Ficaram de fora citações que não estavam conectadas, explicitamente ou em grande parte, a um entendimento das funções, objetivos ou natureza das playlists. Aquelas em que o conceito é pressuposto e não explicado, propondo formatos de recomendação automática ou relacionando as listas a exercícios ou efeitos psicológicos.

O resultado dessa segunda filtragem foi a seleção de 48 trabalhos, categorizados como aqueles com algum tipo de definição para a expressão “playlist” ou algum tipo de histórico de uso da palavra no que se refere à audição musical (28), os que realizam uma análise da produção

⁹ O Nvivo é um software de análise qualitativa de dados que permite buscas, combinações, codificação, árvores de palavras e revisão de contextos. Foi a ferramenta utilizada para categorização, busca e análise do material coletado. Pode ser encontrado em: <https://www.qsrinternational.com/nvivo/home>.

das playlists, avaliação da “qualidade” da produção e sua relação com programação radiofônica ou musical (16) e aqueles que abordam a avaliação por parte dos ouvintes/usuários das playlists sobre sua função e “qualidade” (4).

A partir das leituras destes trabalhos, foram descartadas duas publicações: um trabalho que faz um retrato do advento de serviços de streaming há menos de uma década, mas que não tem definições ou julgamentos diretamente ligados à playlist; e um que apresenta abordagens de recomendação automática de maneira geral que, porém, não enfatiza o processo de produção de playlist. Como resultado final do processo de filtragem foram 46 publicações.

Na revisão bibliográfica da RecSys foram coletados todos os trabalhos, entre resumos, artigos, propostas e relatórios de workshops, além das atas da conferência. Então, utilizando o Nvivo, foram realizadas duas buscas em separado do uso de expressões e suas variações, primeiro: *music, song e listening, listener, radio, audio ou sound*; depois, *playlist*.¹⁰ Da primeira busca resultaram 409 trabalhos, com 4.513 menções, na segunda 47, com 403 menções.

Em uma segunda filtragem, observado o contexto em que as palavras apareciam e/ou lidos os seus resumos, foram identificadas três situações. O contexto de maior interesse foi definido como aquele em que o foco da publicação, proposta ou relatório era a oferta de músicas para audição; em segundo lugar, aqueles em que a música e seu consumo eram usadas como exemplos ou bancos de dados sobre audições e avaliações serviam apenas para testes de sistemas de recomendação “genéricos”; e, finalmente, aqueles em que a citação da palavra não se aplica à pesquisa, como citações em que a música é apenas um exemplo em que tais sistemas podem ser utilizados. Isso resultou em 29 publicações, agrupadas no primeiro contexto. Sua leitura revelou a ênfase em modelos de recomendação divididos entre baseados em conteúdo, filtragem colaborativa e modelos híbridos envolvendo os dois primeiros. A maior quantidade de menções fica com a filtragem colaborativa, com 21 em 13 trabalhos. Faz-se um bom número de referências a *machine learning*. A Tabela 1 apresenta as categorias gerais emergidas da análise.

Tabela 1 - Categorias e subcategorias identificadas na análise das publicações filtradas da RecSys (2007-2018)

Categorias de Codificação	Subcategorias
Critérios de Avaliação de um Sistema	Atender ao gosto musical do ouvinte
	Capacidade de encontrar ouvintes similares
	Nível de descoberta/serendipidade
	Possibilidade de ser ajustado pelo ouvinte

¹⁰ Já que se tratam de publicações em inglês, todas as palavras buscadas estão nesta língua.

	<ul style="list-style-type: none"> Reconhecer a popularidade ou contexto cultural Reconhecer similaridade entre artistas Corresponder adequadamente a uma situação ou contexto Ser bem avaliado pelo ouvinte Ser compreensível ao ouvinte Tempo de audição sem interferência do ouvinte Avaliação Implícita
Informações recuperadas/ processadas - <i>Inputs</i>	
Metodologias de Teste - <i>Outputs</i>	<ul style="list-style-type: none"> Avaliação Explícita Comparação com histórico de audições imediato ou playlists anteriores Comparação com outras recomendações Pesquisa e Testes com usuários Comparação com bancos de dados pré-estabelecidos Previsão de <i>playcounts</i> - contagem de reproduções
Modelos - Processes	<ul style="list-style-type: none"> <i>Content Based</i> (Baseados em conteúdo) Filtragem Colaborativa Híbridos
Motivações para usar recomendação	<ul style="list-style-type: none"> Permitir a descoberta músicas novas
Problemas associados à recomendação	<ul style="list-style-type: none"> Organizar uma vasta biblioteca de música Oferecer ofertas personalizadas Oferecer uma trilha sonora para uma atividade Bolhas de gosto
	<ul style="list-style-type: none"> Classificação de gêneros não é consistente <i>Cold-start problem</i> Concentração de hits Desassociação de contexto Dificuldade em compreender reação do ouvinte A variação de significado das músicas para as pessoas Ofertas pouco variadas Parcialidade/Viés (bias) Necessidade de qualificadores humanos
Pressuposições sobre audição musical	<ul style="list-style-type: none"> Músicos tem identidade sonora
	<ul style="list-style-type: none"> Músicos transitam entre gêneros Diferentes comportamentos associados (vasta subcategoria) Diferentes contextos de audição (vasta subcategoria) Pressuposições sobre gosto musical Pressuposições sobre a motivação para ouvir música
Critérios para julgar e criar uma playlist	<ul style="list-style-type: none"> Atendimento à idiosincrasia cultural
	<ul style="list-style-type: none"> Transparência do método Personalização Homogeneidade

Da combinação destas duas análises construiu-se argumentação aqui apresentada. O foco principal foi identificar, a partir desta ampla fonte documental, quais as pressuposições e quais as discussões empenhadas na produção, na construção de prescritores autônomos da intervenção consciente humana, mas que interagem e reajustam-se numa relação comunicativa com ouvintes e programadores, com dados e comportamentos.

Para o histórico e classificação das playlists digitais, uma importante ferramenta de pesquisa foram os arquivos de publicações on-line. Um deles, o *Internet Archive* (2019) e seu banco de dados *WayBack Machine*, em que foi possível encontrar registros de desenvolvimento, interfaces e outras informações sobre softwares de reprodução que permitiram traçar uma narrativa acerca da introdução do recurso de playlistagem na reprodução digital. Outro importante arquivo foi o acervo do *American Radio History*, iniciativa pessoal de digitalização de uma série de publicações sobre o rádio e a indústria musical desde os anos 1920 (GLEASON, 2019). A pesquisa nesses espaços virtuais foi realizada em busca de pistas e elementos que indicassem contextos históricos do uso da expressão e sua inserção no vocabulário social pelas mídias.

Consciente das limitações dessa aplicação, propôs-se ainda uma terceira etapa, incluindo a retórica das plataformas de streaming sobre suas ofertas musicais por playlists. Mostrou-se importante contrapor os modelos de construção e os contextos motivacionais da produção à oferta do formato ao usuário final, onde se concentra a distribuição da música e a formalização da prescrição. Dessa forma, durante um mês foram capturadas aleatoriamente 15 imagens das telas iniciais dos serviços em que são apresentadas diferentes ofertas de acesso a músicas disponíveis na forma de faixas, álbuns, singles, playlists, podcasts, vídeos e conteúdos exclusivos. O objetivo foi identificar a proeminência da playlist na comunicação do streaming, buscando identificar quais das ofertas eram automatizadas, quais eram curadas ou híbridas. A análise levou em consideração a disposições dos elementos visuais, posições e ênfase de certos objetos e uma extensa pesquisa documental para identificar as origens de cada produto oferecido, ainda insatisfatória neste último objetivo.

Optou-se por selecionar as telas iniciais das opções web dos serviços, acessadas pelo navegador em computadores desktop. Com exceção do Apple Music, que não possuía essa opção no momento da coleta, todas as capturas registraram em PDF e JPG a página completa, o que facilitou o registro e busca de informações. Outra razão para essa opção foi a possibilidade de navegar pela plataforma sem o registro de navegação na máquina, já que pelo navegador é

possível desabilitar cookies¹¹ e registros de históricos, o que seria impossível pelos aplicativos móveis ou pelos softwares para desktop.

As telas iniciais eram oferecidas ao usuário criado para este propósito, que não executou nenhuma música dentro das plataformas. Seu único filtro inicial, exigido pela Apple Music e pela Deezer, era a escolha de alguns artistas e gêneros musicais. O Spotify não solicitou tal informação. Essa escolha foi feita com base nos gostos do pesquisador, apenas porque eram obrigatórias, mas não se buscou com isso orientar o conteúdo das playlists apresentadas, já que o objetivo seria identificar seus tipos, e não necessariamente seu gênero musical.

Então, foram documentados em uma tabela todos os conteúdos clicáveis de cada página capturada. Nas colunas da tabela, as diferentes datas de captura. Nas linhas, cada uma das ofertas, sendo destacadas e contadas as identificadas como playlists. Na medida do possível, essas playlists foram classificadas como humanas e automáticas, embora as fontes de informação sobre isso não sejam explícitas.

Também foram usados procedimentos de recuperação de informações pela web, por meio da navegação por páginas oficiais de serviços de streaming, empresas de tecnologia e blogs de música e tecnologia. Nestas navegações, buscou-se identificar discursos sobre a playlist, sobre usos históricos da expressão e sobre procedimentos de construção da playlist e profissionais que lidam com estes modelos. Essa etapa foi fundamental também para perceber o quão inseparáveis são as lógicas algorítmicas das editoriais, pela forma como a apresentação destes dois tipos de construção são camufladas ou pouco destacadas, e como uma filosofia de curadoria, muito devedora da playlist radiofônica, se combina a uma filosofia de engenharia da programação musical exibida pelos sistemas de recomendação.

Procurou-se assim, desviar dos problemas de acesso que “etnografias de plataformas” normalmente enfrentam. Inspirada por estes estudos, entretanto, a pesquisa foi atenta às estratégias empenhadas por eles, principalmente às suas conclusões percebendo, conforme Bonini e Gandini, que não existe uma única caixa-preta nos produtos de empresas de tecnologia, mas uma rede de diferentes fechamentos e pequenas caixas-pretas em campo. Assim, é possível buscar desvendar algumas para contribuir com o todo a partir de suas peculiaridades e distinções (BONINI; GANDINI, 2019b).

¹¹ Um cookie pode ser definido como um pequeno arquivo de texto armazenado pelo navegador (web browser), funcionando como uma “carteira de identidade” do usuário, permitindo a memorização de dados e o reconhecimento de hábitos de navegação que podem ser transformados em informações importantes tanto para o aprimoramento dos sites quanto para a oferta de publicidade personalizada, constituindo-se num polêmico mecanismo de vigilância (FRANÇA, 2015, p. 96).

É por isso que arrisca-se tomar a reflexão aqui empregada como uma combinação entre análise cultural e epistemologia da playlist, pois não se propõe um estudo das variações de conteúdo para medição da diversidade, não se realizou uma etnografia ou uma intervenção das indústrias nem das outras estratégias delineadas por estudos de algoritmos e plataformas; o que se fez foi identificar a possibilidade de estudar os jargões corporativos e acadêmicos atravessando os discursos propositivos e analíticos e de teste de publicações em busca dessa construção filosófica do conhecimento sobre a playlist automatizada, numa análise das características fundamentais deste processo prescritivo informado por estes discursos.

Dessa maneira se desenvolveu o estudo aqui apresentado. A playlist automática se enquadra no amplo formato da playlist, e se organiza em formas discursivas e operacionais intercaladas às formas tradicionais de prescrição. Buscou-se identificar quais destas formas refletem, e como refletem, ideias específicas sobre a música e sobre a comunicação musical. Com base nestes objetivos e procedimentos metodológicos, estrutura-se a história a ser contada. No Capítulo 1, procura-se refletir sobre o tema motivador do trabalho, as decisões que orientam as condições em que se conhece ou se reconhece música. Primeiramente, procura-se uma definição de prescrição musical com base no uso da expressão e seu contexto histórico. Em seguida, discutem-se os significados do formato e as possibilidades de enquadrá-lo teórica e metodologicamente no estudo da playlist. Encerrando essa reflexão teórica, exploram-se as maneiras como a diversidade cultural na música tem sido estudada e como a emergência da playlist pode afetar as possibilidades de ampliação de um cardápio musical plural e diverso, além dos desafios que ela impõe a este tipo de pesquisa.

O Capítulo 2 defende a necessidade de se definir a playlist em específico. Diante da insistência das definições generalistas dadas ao conceito pelo campo da computação a fim de satisfazer sua abordagem procedimental de seleção musical, procura-se defender que é necessário abandonar a equiparação de álbuns musicais, mixtapes e outros formatos à playlist. A exploração de uma história da criação e aplicação do termo, iniciada com o rádio em meados do século XX, e uma história geral das prescrições industriais da música sustenta essa argumentação. O foco está em uma tipificação das playlists e de outras formas de prescrição musical por meio das características de cada processo de seleção e classificação usado em playlists radiofônicas, playlists pessoais e profissionais, mixtapes, álbuns tradicionais e de compilação e *setlists* de apresentações ao vivo e festas de música eletrônica. A história da prescrição radiofônica é de particular interesse, pois a abordagem de filosofias de programação usada para explicar como editores e diretores de programação assumem papéis na produção da

mensagem do rádio será uma chave de análise importante para identificar os modos de operação dos sistemas automáticos.

Nos Capítulos 3 e 4, é analisada em detalhe a playlist profissional automatizada empregada pelas plataformas de streaming. No Capítulo 3, discute-se o pensamento computacional que constitui a forma de olhar do campo da computação para a audição musical, para então descrever e analisar as publicações da RecSys sobre recomendação. Divide-se essa análise como a computação divide suas representações: Inputs, ou entradas, caracterizando a forma como informações são modeladas matematicamente para alimentar um computador; Instruções e Modelos, definindo estratégias de processamento dos dados – os algoritmos – e a formalização matemática que orienta os algoritmos; Outputs, ou saídas, em que se descrevem as formas de avaliação dos resultados da recomendação automática. Chama-se atenção ao fato de que este capítulo explora uma linguagem e maneira de pensar distintas das ciências humanas e sociais e que resultam em uma narrativa menos fluída e centrada na categorização de ideias ilustradas por exemplos das publicações investigadas. O que torna a leitura mais densa, por vezes de complicado entendimento, entretanto essa própria característica exhibe a importância de se habituar e compreender esse linguajar técnico das automações. A continuidade dessa análise se dá no Capítulo 4, em que se procura combinar as descrições e reflexões anteriores à forma como estas publicações usam as avaliações do usuário para construir um ouvinte imaginado, para o qual será orientada uma filosofia de programação. Encerra-se o estudo com a contextualização midiática da playlist nas formas como elas são ofertadas nos serviços de streaming e as três entrevistas realizadas com editores musicais. Os resultados conduzem a uma reflexão paralela com pesquisas recentes sobre o assunto, em que se identifica a impossibilidade de separação entre a playlist automática e a editorial nestas plataformas, incluindo a emergência do conceito de playlist algo-torial.

Ao final, são consideradas as implicações da identificação destes ouvintes imaginados e filosofias de programação. Defende-se o olhar para a playlist como um formato e sua possibilidade de contribuir para colocar em evidência as deficiências da plataformização da difusão-distribuição musical e inspirar soluções. Não se procura entregar conclusões fechadas, mas permitir que o melhor reconhecimento da lógica computacional por trás da recomendação automática seja incorporado às compreensões da atuação de editores e curadores neste novo ambiente. Além de demonstrar que a comunicação, com seus desafios de intersubjetividade, é um componente indispensável da prescrição musical, e que não pode ficar excluída da produção e avaliação das ofertas musicais de qualquer meio, eletrônico ou digital.

1 PRESCREVENDO CONDIÇÕES CULTURAIS

A investigação se inicia com a constituição de um quadro teórico no qual foi orientada a decisão de pesquisar o significado e a circulação da música e a maneira como foi conduzida. Este quadro é sustentado por abordagens que explicitam a relação entre indústrias de mídia e indústrias musicais. Neste capítulo, busca-se delinear definições conceituais para o entendimento de tais relações. Pressupõe-se que as primeiras são compostas por meios de comunicação que, a partir da interação com as práticas de consumo próprias do público, tem a capacidade de construção, reforço ou sedimentação de narrativas culturais, e que as últimas são sustentadas por modelos de negócios que servem como condicionantes de acesso à música gravada.

No primeiro momento, a ideia de prescrição é sustentada como uma prática de construção discursiva musical, constituinte da compreensão dos sentidos da música, principalmente porque se associa aos processos decisórios de seleção, avaliação e oferta de diferentes manifestações musicais. Busca-se discutir a interdisciplinaridade da teoria da prescrição e como seu entendimento escapa às noções mais deterministas de emissão comunicativa ou manipulação midiática, para apontar para uma concepção de comunicação não-linear e baseada na credibilidade e compartilhamento de sentido acerca das condições em que a comunicação ocorre.

Na seção seguinte, discute-se a noção de formato, a partir da qual se demonstra como os diferentes padrões técnicos de distribuição de fonogramas consistem em microesferas de lógicas midiáticas, a serem observadas em contraponto a estudos mais amplos com foco em veículos ou meios. O conceito de medialidade é apresentado como característica midiática evidente de uma relação não teleológica entre diferentes meios de comunicação, que pode ser expressa por meio dos formatos. Isso permite a inserção das indústrias de tecnologia na análise dos fenômenos midiáticos e no desenvolvimento de formatos, já que estas dificultam o delinear de fronteiras entre os campos midiático e da tecnologia da informação ao plataformizar a distribuição midiática, inclusive como estratégia para escapar das discussões sobre regulação e diversidade de conteúdo que se impõem às empresas de mídia.

Por fim, situa-se a pesquisa em referência às reflexões acerca da diversidade cultural, considerando o contexto em que se inserem condicionamentos de consumo resultantes da prescrição musical pela playlist. Procura-se, no encerramento do capítulo, compreender em que pontos o formato da playlist pode ser questionado a partir da perspectiva tripartite de diversidade. Favorece-se, assim, um debate sobre os desafios impostos às diferentes sociedades

e formas de manifestação musical, principalmente aquelas que participam em menor grau das decisões que definem prescrições e formatos em grande escala.

1.1 A questão da prescrição musical

Aproximando-se do fim do primeiro quarto do século XXI, a circulação de informações, textos e gravações musicais mantém-se atrelada à proeminência da indústria fonográfica e da cultura de massa estabelecida em grande parte do século XX. As maneiras pelas quais a música popular torna-se conhecida, ouvida e como passa a fazer parte do cotidiano das pessoas foram abaladas pela digitalização e conexão generalizada à internet, mas não se distinguem a ponto de removerem completamente a lógica comercial de circulação dominante. Isso significa que as bases teóricas utilizadas para se abordar essa centralidade industrial, numa perspectiva cultural crítica, continua sendo relevante. Segue necessário encarar a música como algo além da ordenação de frequências de vibração do ar, além do que é produzido por uma técnica artística e além de uma imposição industrial. É importante compreender a música-como-cultura, acompanhando Simon Frith (1998) e Georgina Born (1995), como um conjunto de relações composto pelas motivações, conhecimentos e valores do artista, som do instrumento, processo de gravação, registro, reprodução, comercialização, audição e seus contextos, sociabilidades desenvolvidas da audição, discursos elaborados sobre tudo isso e os sistemas de significação, ou valores culturais sedimentados que realimentam esse emaranhado de relações. Uma base teórica que permite abordar a produção dos discursos musicais e midiáticos a partir de sua própria cultura de produção, de estruturas de valor e comportamento que permeiam essa produção (NEGUS, 1999).

A partir disso, fica mais fácil estabelecer a conexão entre o conhecimento ou reconhecimento de uma música nas condições do mercado musical contemporâneo e suas formas de difusão. Entendida como uma ação comunicacional de construção de gosto não determinante, mas condicionante, a ideia de prescrição musical serve como conceito chave para explicar essa circulação de sentidos musicais. Para se ouvir uma canção ou concerto composto por outra pessoa, é necessário que esta esteja disponível ou circule de alguma maneira no ambiente social do ouvinte, seja em manifestações ao vivo, em gravações ou em opiniões sobre a obra. No primeiro caso, é possível que o difusor da música em questão seja seu próprio autor. Entretanto, na maioria dos casos, é necessário um intermediário que seleciona, apresenta e, finalmente, executa de alguma maneira essa música. Este intermediário não se refere apenas aos meios técnicos, como o rádio e a televisão, pois não se trata somente de uma simples difusão

literal da música gravada, mas também referencial: opiniões, análises, citações de letras e partituras. A prescrição musical, assim, se encontra em um processo comunicacional da música que é composto por uma complexa rede de trocas comunicacionais em torno da obra.

Por se tratar de uma cultura própria e de conteúdos próprios, sua inserção na comunicação midiática é operada por processos de recomendação, de apresentação, de expectativas de gosto que acrescentam à própria mídia foco a seu conteúdo. A constituição do conteúdo dos meios é dependente, além de sua linguagem, de suas condições de consumo. A ambientação, sociabilidade e presença, dimensões da sala e do som do cinema; a serialidade, acessibilidade textual, inscrição no cotidiano da telenovela; a personalização, presença da locução, atualidade dos programas de rádio; Porém, no caso do rádio musical ou da transmissão do concerto televisivo, é possível perceber que além dessas condições há uma busca pela música em si e suas próprias especificidades, competindo com aquelas do veículo em que se possa obtê-la. Ou seja, o papel da mídia, neste caso, é dividido entre a produção de um conteúdo próprio e a prescrição desse universo simbólico musical, investindo nele suas próprias medialidades.

A defesa desta ideia se baseia na análise sobre as transformações na circulação de música no início do século XXI realizada por Juan Ignacio Gallego Pérez (2011). Seguindo o autor, a prescrição evidencia o propósito das práticas de difusão representacionais ou não da música, ou seja, as maneiras pelas quais a música é recomendada ou oferecida. Particularmente para a indústria fonográfica, esse âmbito de circulação esteve sempre ligado aos meios de comunicação de massa, rádio, televisão e revistas especializadas e ao “boca a boca” gerado por comportamentos de fãs. Assim, além da produção musical, que tem em si mesma intencionalidade e expressividades específicas, as maneiras pelas quais esse produto chega a um ouvinte são compostas pelas mesmas marcas comunicativas.

Prescrever uma música, portanto, é um ato de comunicação. Há intencionalidade e uma busca por intersubjetividade neste ato, especificamente ligadas ao significado da música para aquela oferta. Ainda que esse ato prescritivo seja um ato independente de uma comunicação midiática, a análise de Gallego Pérez explicita que é justamente a circulação propiciada pela programação musical a grande responsável pela prescrição na lógica industrial. Historicamente, uma das maneiras de a indústria fonográfica prescrever sua produção foi pela inclusão da música como conteúdo das mídias tradicionais de massa na forma de programação. Especialmente no rádio, em que houve um estreito relacionamento com a estratégia de lançamento dos singles e de paradas de sucesso voltadas à juventude em seu início nos Estados Unidos (FRITH, 1978; GALLEGO PÉREZ, 2011) e no Brasil, em que a construção de um

referencial de gosto musical nacional esteve ligada aos “maestros” ou arranjadores dos programas radiofônicos (DE MARCHI, 2016).

Durante os anos 1980, por exemplo, a consolidação da transmissão em frequência modulada (FM) no rádio impulsionou o crescimento nas verbas publicitárias e a ampliação da programação predominantemente musical, em razão da melhor qualidade de áudio, além de um forte crescimento entre o público jovem. Nesse contexto, o poder de divulgação do veículo aproximou ainda mais as relações entre indústria fonográfica e radiofônica, com ênfase à música popular de alto apelo comercial (KISCHINHEVSKY, 2011).

Na parceria firmada no século XX, destaca-se a relevância das práticas dos divulgadores das gravadoras, que estabeleciam contato direto com diretoria e comunicadores-locutores das rádios para a disseminação de artistas através de estratégias agressivas envolvendo brindes, mordomias e pagamento em dinheiro, o famigerado jabaculê – prática surgida nos anos 1950 nos Estados Unidos sob o nome de *payola*, institucionalizado nos anos 2000 sob a forma de verbas de promoção. Os locutores, entre os anos 1960 e 80, detinham poder sobre o sucesso comercial de artistas, controlando, por sua proximidade com a audiência, a exposição e a possibilidade da fama de artistas musicais. Segue-se, com base nisso, o surgimento das paradas musicais, que serviam como boletim de vendas para as gravadoras e que, portanto, tinham papel central em suas estratégias de marketing (GAMBARO; VICENTE; RAMOS, 2018; KISCHINHEVSKY, 2016).

A prática de divulgadores musicais, que estabeleciam relacionamentos entre gravadora e emissoras, atravessa toda a trajetória do papel histórico do rádio como "mediador e curador" de consumo musical. Como chamada pelos próprios divulgadores, a "caitituagem" descreve as formas de “‘fuçar’ as emissoras de rádio e TV para descobrir um espaço para promover os discos e ‘ralar’ os radialistas até que eles aceitassem tocar a música em suas programações” (GAMBARO; VICENTE; RAMOS, 2018, p. 139). O termo surge no Brasil e é precursor do jabá ou até mesmo do *payola*, sendo citado como o trabalho de divulgação e pagamento em dinheiro para rádios para a reprodução do samba durante os anos 1940 (ALZUGUIR, 2013a; ALZUGUIR, 2013b).

Com isso em mente, a prática da programação musical pode ser enquadrada como um ato prescritivo que envolve estes três âmbitos: primeiramente, o da linguagem da própria mídia em si; em segundo lugar, da apropriação daquilo que é um conteúdo independente deste suporte; finalmente, da prática profissional cotidiana que estabelece modos de agir comuns. No caso do rádio, essa tripla inscrição é realizada pela organização da linguagem da comunicação radiofônica: sua ordenação, hierarquização de conteúdos, cronogramas de veiculação e decisões

sobre padrões de voz, efeitos sonoros e seleção musical, que corresponderão a um ouvinte imaginado com qual a estação propõe se comunicar. Isto é, a organização dos conteúdos em uma ordem específica, em programas delimitados ou em fluxo e de acordo com uma proposta ou perfil da emissora. Esta programação funciona como apresentação dos formatos e segmentos da estação, apresentando a proposta da rádio para o público e criando sua identidade (FERRARETTO, 2014). O universo cultural musical que comporá a programação musical radiofônica servirá à estratégia de posicionamento das emissoras de rádio frente a um público específico. Em todo esse processo, a linguagem resultante pressupõe uma razão de ser para a programação musical que é indissociável da circulação dos fonogramas. A prescrição musical figurará, portanto, como a fundação comunicativa do ato de programar. Em outras palavras, perceber a necessidade de oferecer a música a um ouvinte específico torna a noção de prescrição indispensável do ponto de vista dos difusores musicais. O jornalismo musical e a programação televisiva comporão também este processo prescritivo da música, da mesma maneira, incorporando a música em sua própria linguagem. Para além é claro, do boca-a-boca realizado pelos ouvintes em várias modalidades de comunicação mediada ou interpessoal.

O desenvolvimento de uma teoria da prescrição, assim, enriquece a forma de encarar este relacionamento cultural midiático. Prescrever seria uma definição mais adequada ao ato de programar o conteúdo midiático, da mesma maneira que proponentes da abordagem das culturas de produção compreendem que mediar descreve melhor o papel dos produtores da indústria musical, em contraposição à ideia sistêmico-funcional de *gatekeeper* (AHLKVIST, 2001). A exemplo do papel do mediador descrito por Schudson (1996), além de selecionar e classificar objetos culturais, o prescritor os recontextualiza em novos objetos culturais a partir de conhecimentos e valores comuns para aqueles que exercem este papel.

Para Gallego Pérez (2011), usar a prescrição para as ofertas musicais redireciona um termo de uso corrente nas áreas de saúde para uma visão estratégica nas áreas do comércio e negócios, principalmente na internet. A motivação inicial do autor é baseada em uma publicação de jornal que chama atenção para a internet como ambiente de redistribuição das forças tradicionais prescritoras de consumo. Descentram-se os produtores midiáticos, como a publicidade e a televisão, para a inclusão dos consumidores que produzem seus próprios discursos acerca de toda sorte de produtos on-line. Rita Ferreira (2003) apresenta a maneira pela qual opiniões sobre produtos em comunidades virtuais na internet tornaram-se informação relevante para decisão de compra por parte do público e para decisões estratégicas de recomendação de novos produtos para determinado cliente. A jornalista faz uma definição para

o prescritor que, utilizada por Gallego Pérez, compreende essa relação entre recomendações e decisão de compra:

Um sujeito – pessoa, empresa, associação setorial, chat, portal ou comunidade virtual – que, tanto na rede ou fora dela, emite uma opinião ou uma recomendação (feedback) com influência na decisão de compra ou contratação de outros usuários (GALLEGO PÉREZ, 2011, p. 48)

Gallego Pérez observa ainda a definição dicionarizada para “prescrição” pela Real Academia Espanhola (RAE). Esta enfatiza o uso da expressão na saúde em sua referência à indicação ou receituário de remédios a um paciente. Apresenta também uma definição mais generalista, descrevendo o ato de determinar algo a alguém. Combinando as duas definições, Gallego Pérez (2011, p. 48) deduz que a prescrição musical teve como principais agentes, ao longo de sua história com a indústria da música popular, “o locutor de rádio, o crítico musical e o programador de televisão”, principalmente considerando a geração de uma “massa globalizada em torno do consumo de cultura”.

Ao longo dessa argumentação, encaminha-se a conclusão de que a participação do público através da internet criou novas formas de prescrição, ou seja, opiniões que influenciam decisões de compra, que reposicionam os tradicionais atores. A fragmentação das prescrições musicais é, de fato, um fenômeno observável que corresponde ao desenvolvimento de um estado das circulações de sentidos musicais que, espera-se evidenciar, transformou-se ao longo da década de 2010, retornando por meio da playlist em direção à prescrição centralizada, que busca absorver as características das fontes digitais diversas, mas que para isso necessita da automação, e conseqüentemente do volume de dados (DE MARCHI, 2016).

Além de lidar com possíveis questionamentos que podem ser levantados sobre a expressão “prescritor” estar ligada mais enfaticamente à medicina e à instrução de tratamento com medicação, busca-se, até o fim desta seção, estabelecer uma definição para o conceito e argumentar sua utilidade para a análise da playlist por suas características primordiais, seus elementos chave. Entende-se que apenas a relação entre opinião e decisão de compra parece pouco profunda quando se refere à relação entre oferta e descoberta musical, principalmente considerando que este fator de influência deve ser determinado por elementos específicos do processo prescritivo, que devem constar de sua definição. São usados então a própria definição em dicionário, um olhar para a etimologia da palavra em português e para seus usos mais recorrentes. Uma ampla definição pode ser retirada do Michaelis, em que são percebidos o sentido geral, o uso no direito e na saúde. São oito as definições dadas, nos primeiros casos, próximas ao dicionário espanhol:

1) Ato ou efeito de prescrever; 2) Ordem formalmente expressa; 3 Indicação ou ordem exata; determinação; 4) JUR Perda de prazo por não ter usado a prerrogativa da lei durante aquele espaço de tempo; caducidade; 5) JUR Extinção da responsabilidade criminal do acusado, por se achar findo o prazo legal de julgamento ou por não ter sido efetivada a condenação anteriormente imposta por juiz [...]; 6) Receita médica; 7) Conjunto de medidas determinadas pelo médico (medicamentos, dietas, terapias etc.) para o tratamento do paciente [...]; 8) LING Norma para o uso da língua, estabelecida pelos gramáticos, nas gramáticas normativas ou prescritivas (MICHAELIS, 2018b).

Nessas definições, as expressões jurídicas, relacionadas a vencimento de prazos, são as únicas que não se aplicam à maneira como o termo é utilizado na argumentação da tese. As definições (2) e (3) esclarecem uma formalização das indicações realizadas na prescrição que pressupõem uma responsabilidade mais forte do que uma simples recomendação, próxima também da definição na área linguística (8) que se refere a uma “norma” estabelecida. A receita médica também aparece como “determinação”, ou seja, a normatização de um tipo de conduta.

É possível ainda, a partir da definição (1), observar, no mesmo dicionário, o termo “prescrever” que traz três definições que corroboram a ideia de normatização: “1) Ordenar antecipada e explicitamente; 2) Dar ordem para que se faça algo; determinar, estabelecer; 4) Marcar data, hora ou prazo para algo; fixar, limitar” (MICHAELIS, 2018a). Nas palavras-chave que orientam o caráter normativo, ordenar e dar ordem estão presentes, mas o que essas definições acrescentam em maior destaque são o caráter prévio e delimitador das regras estabelecidas: antecipadamente, marcação de data, fixação e limitação aparecem como elementos importantes.

O verbete traz ainda a etimologia latina “*praescriptio, -onis*”, sem explicações para seu significado. Silvio de Salvo Venosa (2013, p. 574), tratando das aplicações e do histórico da prescrição no direito, elucida sua derivação do verbo “*praescribere*, formado por *prae* e *scribere*; [que] significa escrever antes ou no começo”. Sua origem, diz o autor, está relacionada à introdução escrita que estabelecia prazos para uma ação temporária antes da própria descrição da ação. Nesse sentido, “pré-escrita”.

Há, ainda, o uso antropológico do termo para designar configurações de parentesco em sociedades não ocidentais. Deste ponto de vista, a prescrição se refere aos modos de organização familiar que proíbem ou permitem o casamento entre entes de uma mesma família. Essa determinação está relacionada a uma norma que precede o nascimento, determinando quais serão as possíveis esposas e quais as exceções em caso de indisponibilidade. Quando isso se dá de maneira obrigatória e/ou representa um modo predominante de casamentos, esta organização é interpretada como prescrita. Enquanto aquelas que não pressupõem uma obrigatoriedade, mas fortes indicações para a escolha de uma esposa, são definidas como

preferenciais. Prescrever, na perspectiva antropológica consiste em “estabelecer uma regra, decretar um modo de conduta obrigatório” (NEEDHAM; ELKIN, 1973, p. 177, tradução nossa)¹².

Da perspectiva da saúde, já inscrita nas definições de dicionário, o aspecto principal a ser destacado é a prescrição como uma etapa de um processo, e não apenas a definição de um documento, receita ou passo a passo recomendado pelo médico, como a definição dicionarizada pressupõe. Abordando esse tema na prática da prescrição intra-hospitalar, Pazin-Filho et. al (2013, p. 183) apresentam duas características importantes. Para os autores, “a prescrição é também a finalização de outro processo essencialmente médico, que parte da coleta de dados, elaboração de uma hipótese diagnóstica e determinação de um planejamento terapêutico”. Além disso, é definida como “a transcrição do planejamento terapêutico, no formato de comandos, a serem executados pela equipe de apoio no tratamento do paciente”. Sua preocupação está em estabelecer esse processo de pesquisa, diagnóstico e implementação para evitar erros. Destaca-se este elemento analítico de alteridade que envolve a compreensão de uma situação para com o outro.

Na prescrição médica esse processo é tratado com sistematização, identificando etapas e estabelecendo padrões de conduta. Neves e Pazin-Filho (2008, p. 339) denominam esse processo de Raciocínio Clínico, cujo objetivo é “julgar sobre a incerteza durante o cuidado do paciente”. Destaca-se que, neste caso, o caráter regulatório, ou obrigatório, das indicações prescritas não é tido como garantido – contradizendo as definições mais categóricas sobre a imposição de ordem. A prescrição exige um esforço dos profissionais para que seja seguida. Isso é corroborado pela discussão sobre adesão ao tratamento, que busca metodologias para medir e assegurar que pacientes e outros profissionais sigam as orientações e não desviem do processo (GUSMÃO; MION JÚNIOR, 2006). Deixa-se claro, assim, que o processo prescritivo não é impositivo, exige esforço, persuasão e preparo para consequências inesperadas em função da não adesão.

Portanto, de maneira alguma o uso dessa expressão de origem na saúde pressupõe uma perspectiva funcionalista. Pelo contrário, sua aplicação, defende-se, é uma contribuição para a fuga desta implicação de tendências sistêmicas ou deterministas. Como Nestor García Canclini (2011) argumenta ao realizar procedimento semelhante com o termo “hibridez cultural”, a

¹² Do original: “to lay down a rule, to decree an obligatory mode of conduct”. A discussão sobre tipologias e análises de casamento e parentesco e o uso das expressões preferencial e prescritiva são objeto de debate na antropologia que fogem ao escopo deste trabalho. Para um aprofundamento em tais discussões, verificar (CASTRO, 1996; GOOD, 1981; NEEDHAM; ELKIN, 1973).

aplicação de um termo das ciências naturais deve ser encarada em suas dimensões compreensivas, entendendo que sua adaptação pressupõe uma recomposição dos sentidos. Naquele caso, o autor observa como o sentido de hibridez está ligado a infertilidade, mas que em seu uso aproveita de seu significado a qualidade de mistura, ao mesmo tempo em que nega que apenas exemplos híbridos infecundos estejam presentes na biologia. Outros termos também são apropriados, segundo o autor, como a noção de reprodução na sociologia e termos econômicos como capital para a cultura, sem que haja consequências delimitadoras a um sentido meramente funcional ou cientificista. Acrescenta-se, conforme visto, que o uso da expressão prescrição já é multidisciplinar, passando pelo direito e pela antropologia, além da medicina, e seu uso é inspirado pelo uso profissional na área do marketing.

Como um termo utilizado em diferentes disciplinas, sua aplicação merece uma definição específica. Para isso, são elencadas cinco características para a prescrição. Da etimologia e do direito, (1) uma situação temporal de precedência, um momento anterior a uma ação; (2) uma fixação temporal, contextual, para uma ação delineada, pré-organizada. Este último sentido de ordem e regramento, também obtida da perspectiva antropológica. Da medicina, (3) um processo de avaliação do contexto e do receptor da orientação e (4) a não presunção de adesão às orientações. Por fim, (5) o registro, em maior parte escrito, do resultado desse processo analítico e a classificação das ações a serem realizadas.

Pensando nisso, apresenta-se uma definição para o conceito que comporá o quadro de análise da pesquisa. Assim, Prescrição Musical é o ato de pré-selecionar e orientar a audição musical para uma seleção classificada e registrada de gêneros, artistas ou músicas determinadas, considerando as condições de orientação da escuta e recepção, além do resultado afetivo. Tal definição permite levar em conta as características mais relevantes percebidas do significado da palavra, sendo aberta o suficiente para compreender todas as maneiras de circulação musical apresentadas por Gallego Pérez, tanto nas suas formas tradicionais como em sua descentralização com o advento da internet. Além disso, a expressão “orientar” destaca a impossibilidade de garantir que a prescrição seja seguida pelo sujeito alvo e seu arbítrio em decisões, interpretações, reordenamentos e consequências da orientação recebida, embora haja boa chance de aderência a ela, com base no processo comunicativo das marcas de credibilidade e na compreensão contextual. Há também a possibilidade de novas construções prescritivas com base na preparação e performance de análise e readequação diante da não adesão dos ouvintes.

Destaca-se um elemento de pouco destaque na definição de prescritor de Ferreira (2003), mas indispensável à noção de prescrição, previsto na definição construída: seu destaque

à necessidade de credibilidade do prescritor. A relação de influência do sujeito que prescreve lida com este aspecto, entretanto o destaque ao processo da prescrição e a atenção ao receptor dado pela definição aqui apresentada se situa no produtor e no processo a construção dessa credibilidade. Gallego Pérez (2011, p. 52) ressalta esse importante elemento apontando que “atualmente dá-se importância a formadores de gostos que transmitam mais confiança e saibam selecionar canções em meio ao extenso universo musical contemporâneo”. Nos estudos de marketing de confiança, a preferência é por recomendações para marcas e produtos realizadas por profissionais, comunidades de gosto compartilhado, sujeitos experientes ou outros credenciados a opinar sobre o assunto. Principalmente na internet, o marketing baseado na confiança procura agregar valor comercial aos websites a partir de criação de conteúdo, pesquisas de preço e opiniões de especialistas (URBAN; SULTAN; QUALLS, 1998). Assim, a relação entre credibilidade e contexto do receptor são fundamentais para compreender a adesão e a eficácia dos discursos em torno da prescrição algorítmica.

A prescrição surge como uma orientação registrada cujo efeito desejado sobre a quem se prescreve deve ser obtido por meio da adesão às orientações prescritas, ainda que tais indicações não tenham poder coercitivo suficiente para que ela aconteça. A credibilidade ou hierarquização das condições de prescrição residem nessa intencionalidade construída dentro do campo especializado da produção midiática. Com efeito, nota-se que a importância da prescrição musical pode ser interpretada à luz da economia das trocas linguísticas e do *habitus* de Pierre Bourdieu (2008). A participação de desenvolvedores em conferências acadêmicas e corporativas, discursos empresariais e publicitários e o conceito das mensagens de rádio e serviços de streaming buscam exibir essas linguagens para legitimá-las.

A observação do poder simbólico das palavras no estabelecimento da realidade social pode ser equiparada à capacidade de construção de universos de gosto musical pelo uso da linguagem editorial da playlist. Por exemplo, a legitimidade do discurso científico, para Bourdieu (2008), exige que sua prática de nomear as coisas leve em conta que este ato cria as condições para que sua nomeação se torne realidade, o que autor chama de efeito de teoria. Ou seja, uma ação descritiva de um fenômeno que permite sua previsibilidade tem um âmbito prescritivo que prepara, cria expectativas e concepções para que ocorra ou precauções para que não ocorra. A prescrição surge, no uso do autor, como um processo que, mesmo não intencional, estabelece condições de uma realidade, tal qual a prescrição musical designa as condições para o estabelecimento ou rechaço de gosto antes mesmo da audição. Estando dada uma programação musical delimitada, sua existência, a partir de uma legitimidade do prescritor, será o referencial tido como “natural” para qualquer outra escolha.

É desta maneira que são criadas as condições de credibilidade que permitem a expectativa de audição. Ou seja, a construção de uma programação musical por um meio ou emissor legítimo ou dominante terá como consequência o estabelecimento de uma classificação da linguagem e repertórios autorizados para situações específicas. Tal legitimidade se constrói pelo *habitus* do grupo que conduz a programação: profissionais de curadoria e editoria e da computação, pelo uso de modelos matemáticos dos algoritmos de recomendação. Central à teoria social de Bourdieu, o *habitus* descreve a maneira como grupos sociais controlam as posições de poder por meio do estabelecimento de práticas e linguagens exclusivas e especializadas que excluem aqueles que desviam das normas. Esse processo dá coesão ao discurso e permite o encontro de legitimidade internamente e frente a outros grupos (BOURDIEU, 1989).

Os graus de legitimação entendidos pelos ouvintes indiciam o pertencimento a grupos sociais específicos, pertencimento este performado no uso das linguagens apropriadas, no caso da música, tanto na construção de uma playlist como no julgamento de valor e interação com os integrantes do grupo. Essa noção de prescrição não está alheia às práticas de consumo cultural e gosto, já que é base para o estudo de Bourdieu (2006) sobre a distinção de gosto a partir do acúmulo de capital cultural e social entre classes. Pensando na prescrição que o *habitus* articula, a construção de uma economia do gosto musical popular é perpassada pela programação musical, tanto no âmbito da produção, com as práticas profissionais justificadas e teorizadas pelos curadores e programadores, assim como na maneira como sua perspectiva cultural é retroalimentada na construção do gosto do público. É claro que esta construção é delimitada por Bourdieu em torno das condições econômicas e de classe, e que um processo educacional familiar e formal é o principal motor de inserção no que o autor chama de sistema de disposições – *habitus* – à apreciação de uma obra. Todavia, essa educação passa pelo acesso e instrução de acesso aos produtos midiáticos, principalmente no que se refere à cultura popular massiva. Assim, as ofertas personalizadas baseadas em hábitos de consumo pessoal e social podem ser articuladas a essa distinção de gosto de classes, tendendo a prescrever com base na criação de perfis específicos e grupos de comportamento e demanda previsíveis que orientam a curadoria, o jornalismo e a automatização, esta última em larga escala para grupos de diferentes dimensões.

Parece claro, também, que o público não está homogeneamente inserido no campo em que editores e programadores operam seu processo prescritivo e ao mesmo tempo tem à sua disposição ferramentas para a construção e difusão de suas próprias prescrições, o que poderia tornar o processo prescritivo ainda mais acirrado e discutido entre os próprios ouvintes. É nesse

jogo comunicacional entre os diferentes níveis de interesse do ouvinte e as diferentes estratégias de construção de legitimidade do campo que se tornarão visíveis as possibilidades de adesão à prescrição musical. O nível em que ao público são apresentados os sentidos do estudo, das éticas e das filosofias empregadas na seleção musical estará atrelado à forma e à eficácia da comunicação destes elementos, tanto nas próprias programações e na velocidade de resposta a seus comportamentos desviantes das prescrições originais como em outras mensagens midiáticas. Ao observar essas comunicações, pode-se compreender a operação da prescrição musical.

Assim, é pela prescrição de diferentes atores sociais que se torna possível uma circulação dos bens musicais, fonográficos, concertos, festas e outros. E é a prescrição que se opera quando da construção da mensagem midiática musical. Pela seleção e classificação de jornalistas, editores musicais, produtores, comunicadores e outros profissionais deste circuito da música como cultura é que são dadas entradas às diferentes manifestações. Todavia, não se trata de uma concentração de poder única desta prática, já que outros elementos, inclusive ligados às diferentes formas de negociação simbólica e econômica, entre público e indústrias, também figuram no processo de difusão. É aí que o estabelecimento de padrões de distribuição evidencia um espaço de disputa, não apenas cultural, mas técnico e econômico, o que será abordado em seguida.

1.2 A teoria do Formato

Não é à toa que a definição de prescrição aqui postulada sustenta o elemento de compreensão das condições de prescritores e ouvintes. Se por um lado o conceito de prescrição lida com o processo e a prática comunicativa diretamente, no caso musical sua história é marcada pelo estabelecimento de formatos sociotécnicos específicos que a regulam ou a condicionam. Assim, além de entender a prescrição musical como a ação que justifica e informa a circulação musical, é necessário compreender que delimitações técnico-econômicas também a compõem. Para isso, observa-se a aplicação da teoria do formato por Jonathan Sterne (2012) na compreensão do significado e materialidade do formato digital de fonogramas MP3.

De muitas maneiras, esta tese se inspira no livro de Sterne para abordar a playlist, principalmente em sua estrutura. Seu principal tópico, uma apresentação da história do desenvolvimento do MP3, é estruturado sobre uma base teórica que exige iniciar com a história pregressa ao formato, o desenvolvimento da codificação perceptual do som e da compressão, partindo para as institucionalidades do desenvolvimento do formato, a economia política de sua

circulação e a epistemologia das avaliações de audição dos sons codificados. Esta última, um investimento também nos julgamentos estéticos que acompanham o código e os procedimentos de teste de audição. Esta história é contada com base em análises dos próprios modelos e códigos utilizados para a formatação da percepção sonora, combinada aos depoimentos de pessoas envolvidas com seu desenvolvimento. A partir dessa proposta, apresenta-se aqui um pano de fundo histórico da produção playlist, partindo de sua origem na programação radiofônica e sua adoção pela audição musical digital pessoal e profissional, para então mapear o desenvolvimento de técnicas de construção, testes e métodos de avaliação e as institucionalidades e discursividades contemporâneas de divulgação da playlist automática. Se as práticas corporativas e códigos de algoritmos não são acessíveis, os julgamentos de valor, conferências e artigos sobre o assunto são objetos culturais dos quais podem emergir tais princípios.

A base teórica que orienta essa estrutura é a principal contribuição da obra do autor. Ela explora a concepção de formato que orienta a construção de seu objeto. Assim, permite uma associação importante com o conceito de prescrição musical, pois as duas representam, em conjunto, características comunicacionais da playlist, na mesma maneira como o formato é representativo das características midiáticas do MP3, estas chamadas por Sterne de medialidades.

É com base nessa concepção que se localizam dados importantes sobre lógicas tecnológicas, culturais, econômicas e políticas das maneiras padronizadas pelas quais se dá forma às mediações comunicativas musicais. O desenvolvimento de técnicas, dispositivos e artefatos de comunicação e informação é permeado por instituições, conflitos, estratégias e valores culturais imbuídos em uma sociedade, assim como a utilização destas técnicas influencia tais condições sociais. Em sua materialização, estão incutidas essas características. A teoria do formato assim desvela o simbólico por trás do supostamente a-ideológico, técnico e puramente comercial.

No caso da música gravada, um dos pontos centrais de sua cultura são os suportes sonoros. “Eles influenciam técnicas de audição, estéticas musicais e apontam para uma história da Indústria Cultural, uma vez que seu desenvolvimento reflete dinâmicas de mercado que aproximam diversos setores da comunicação” (DE MARCHI, 2005, p. 1). Olhar para estes suportes permite observar como a técnica se compõe com valores estéticos e econômicos sobre a prática da audição (STERNE, 2012).

Assim, o estudo de um formato é um convite a compreender o ouvinte imaginado por programadores e engenheiros e as disputas encampadas nas definições dos padrões de

codificação sonora. O estudo da prescrição possibilita compreender o ouvinte imaginado por editores, curadores e estrategistas comerciais e de marketing. Combinando-os, pôde-se obter uma possível compreensão do significado que um formato prescritivo musical cujo produto final é predominantemente orientado pela técnica adiciona à cultura da produção midiático-musical e suas consequências. De acordo com Sterne (2012, p. 7, tradução nossa), não apenas o meio ou canal pelo qual se transmite um conteúdo é importante, mas também a forma sensória e estética de seu conteúdo, isso “se o objetivo ao desenvolver uma tecnologia é alcançar alguma combinação de eficiência do canal e experiência estética”¹³. O formato se enquadra justamente neste âmbito: a forma como o conteúdo se apresenta, ou seja, seu suporte e padrão material ou contextual e as suposições estéticas carregadas por ela.

O Formato denota uma ampla gama de decisões que afetam a aparência, sensação, experiência a funcionamentos de um meio. Além disso, nomeia um conjunto de regras de acordo com as quais uma tecnologia pode operar. Em um dispositivo analógico, o formato é, normalmente, o uso específico de um mecanismo (...) Em um dispositivo digital, o formato diz ao sistema operacional se um determinado arquivo é destinado a um editor de texto, um navegador web, um tocador de música, ou outra coisa¹⁴ (STERNE, 2012, p. 7, tradução nossa).

Ou seja, o formato especifica os protocolos pelos quais um meio vai operar. O MP3 como um formato carrega consigo uma concepção do que significa falar, ouvir e fazer música, além pressupor como “o ouvido da mente” funciona. Para estudá-lo, é necessário observar o histórico de concepções práticas e filosóficas que dão base à maneira como é codificado ou ganha forma – no caso do MP3, uma história da compressão e dos estudos de percepção auditiva, que indicaram a seus engenheiros os cálculos da relação entre conteúdos de uma gravação e o que é perceptível ou não a seu ouvinte. Da mesma forma, adaptando uma frase do próprio autor, propõe-se que a história da playlist pertence a uma história geral das prescrições, o significado histórico do que significa colecionar e recomendar música (STERNE, 2012). adicionando-se o fato de que o formato da playlist é fundamentalmente de difusão musical, e não de distribuição, e que sua digitalização e automação combina os dois elementos ampliando a influência desse aspecto condicionante.

¹³ Do original: If your goal in designing a technology is to achieve some combination of channel efficiency and aesthetic experience, then the sensual and technical shape of your technology’s content is every bit as important as the medium itself.

¹⁴ Do original: Format denotes a whole range of decisions that affect the look, feel, experience, and workings of a medium. It also names a set of rules according to which a technology can operate. In an analog device, the format is usually a particular utilization of a mechanism. (...) In a digital device, a format tells the operating system whether a given file is for a word processor, a web browser, a music playback program, or something else.

O formato estabelece os suportes sonoros com a materialidade que cria condições, dá forma aos produtos culturais. No caso do analógico isso é mais aparente, como a forma de uma fita cassete, seus rolos e comprimento, sua técnica de gravação, encaixe e tamanho. Porém, a mídia digital também é formatada materialmente em uma escala diferente, a partir de “configurações de sinais eletromagnéticos”. O problema material da música digital na internet está relacionado à sua relação sensorial. O desenvolvimento de uma tecnologia que procura combinar eficiência e experiência estética dá importância à sua forma técnica e sensorial somada ao meio em si, a internet. As dimensões principais desse formato se dão pela codificação, ou estabelecimento de regras convencionais e arbitrárias. Elas são determinadas por técnicas de construção, políticas ou por repetição e são, muitas vezes, tidas como dadas pelos ouvintes e usuários, pois não são discutidas publicamente, mas compõem um processo de disputa e decisões anteriores à escuta (STERNE, 2012, p. 6-8).

Nesse sentido, a teoria do formato tem sido interpretada como integrante de uma “virada ontológica”¹⁵, já que o sensorial e físico da distribuição musical recebe uma atenção dedicada. Sua abordagem está ligada, de certa maneira, à metodologia da arqueologia da mídia, que procura desvelar os caminhos históricos de tecnologias midiáticas a partir da concepção de que os meios são objetos constituídos, perguntando-se assim “sobre as suas condições de possibilidade e a natureza dos elementos responsáveis por permitir a organização da realidade” (LADEIRA, 2016, p. 22).

Entre algumas dessas aplicações sobre materialidades está o campo dos estudos de software e estudos de plataforma. Estes estudos podem servir como exemplo de redirecionamento de foco empreendido majoritariamente pelos estudos de games, das interações entre humanos e software para as interações entre códigos e equipamentos, e como estas interações têm sua forma dada pela ação humana (APPERLEY; JAYEMANE, 2012).

Em outra perspectiva, a ideia de plataformas é encampada também para orientar uma análise do expediente de plataforma das indústrias de mídia e da socialização de uma maneira geral, em que se insere na estrutura social uma arquitetura programável de organização das interações sociais no ambiente digital movimentada principalmente para coleta de dados, monetização dos comportamentos registrados, processamento e circulação de informações (BONINI; GANDINI, 2019a; VAN DIJCK; POELL; DE WAAL, 2018).

¹⁵ Um dos destaques da esta corrente é a Teoria do Ator-rede de Bruno Latour (2009), que questiona a hegemonia da cultura e do simbólico como condicionantes da vida social. Para esta perspectiva, devem ser discutidas a materialidade e agência de humanos e não-humanos nas relações vividas, deslocando o humano e o simbólico do centro da condição ontológica.

Assim, como parte de uma estratégia metodológica, a teoria do formato permite a aplicação de procedimentos de coleta que combinam a abordagem interpretativa às demandas materialistas do estudo da comunicação, ao não ignorar os dispositivos e seus contextos de uso. Com efeito, o estudo desta gama de fatores pressupõe a concepção de mediações para o estudo comunicacional (MARTÍN BARBERO, 2013) já que o olhar se volta tanto para “pequenos registros” materiais como software, padrões e códigos, quanto para as organizações que os desenvolvem, defendem e disputam por sua inserção no mercado – os padrões. As mediações tornam-se um objeto empírico pelas quais é possível encontrar o que Sterne (2012) chama de medialidades do formato. Para o autor, o conceito é entendido como uma qualidade, ou característica de uma mídia. Este atributo se constitui pelas maneiras como tecnologias de comunicação se referem entre si na forma ou em seu conteúdo. Significa perceber, a exemplo de McLuhan (2011, p. 22) e também Kittler (1999), que “o conteúdo de qualquer meio ou veículo é sempre um outro meio ou veículo”, ou seja, que um meio possui em si relações referenciais com outros meios. O meio assim, carrega em sua configuração referências cruzadas de outras mídias.

A concepção mcluhaniana influencia uma outra perspectiva que lida com essa relação, a da remediação, apresentada por Bolter e Grusin (1999) como a representação de um meio por outro meio. Todavia, como observa Sterne, há uma propensão em ambos os conceitos de indicar uma teleologia entre os meios de comunicação, afirmando uma tendência de ampliação da complexidade na passagem de um meio a outro e o aumento de mediações entre representação e realidade conforme são introduzidos novos meios. Isso fica claro quando Bolter e Grusin defendem que a remediação é uma característica definidora das “novas mídias” digitais e apresentam um espectro de remediações em que, no extremo, as mídias digitais vão da tentativa de total representação de um meio mais velho a uma de apagamento total do meio antigo em seu conteúdo. Enfatizam, assim, a novidade de meios digitais e não a rotineira relação entre formas e conteúdos entre mídias defendida pela noção de medialidades.

Medialidade seria, ao contrário, um conjunto de referências e organizações de formas de expressão em que não há prioridade de uma forma ou outra e, portanto, não há hierarquização de formas de representação de uma mídia para outra. Assim, assume-se a ideia de que todo meio, independentemente de seu momento de desenvolvimento e uso, é constituído de medialidade. Nessa perspectiva, o meio não é um objeto em si, nem é, necessariamente, uma intersecção, ou algo linear entre objeto e interpretante. O processo de mediação é entendido como “um movimento de um conjunto de relações para outra”, uma troca de medialidades, já

que estas não dependem apenas do hardware, dos dispositivos, mas da articulação com práticas particulares, maneiras de fazer coisas, instituições e sistemas de crenças (STERNE, 2012).

Isto pode ser percebido no rádio e sua definição tradicional baseada no receptor e transmissor hertzianos, mas que é descolada do equipamento em si quando digitalizada e transmitida pela internet. Mantém-se o rádio, com suas medialidades próprias, independente do dispositivo utilizado para sua transmissão e audição (FERRARETTO, 2014; FERRARETTO; KISCHINHEVSKY, 2011). A identificação das medialidades pode servir para o estudo do que Kischinhevsky (2016) chama de Rádio Expandido, uma concepção da mídia radiofônica que ativa diferentes suportes para permitir sua prática de escuta, produção, edição e veiculação de sua linguagem sonora, sua continuidade e descontinuidade, sua baixa exigência de atenção e seu conteúdo direto e sua íntima ligação com a constituição de imaginários.

O elemento central desta concepção está na exigência de recusar a ideia de diferentes níveis de mediação organizados hierarquicamente entre meios e a realidade. Dessa forma, nenhum meio seria encarado como mais próximo ou mais distante do objeto em sua representação. Isto permite focar nos processos de formação da mídia, e não em uma exigência de transparência ou imediação. Os formatos devem ser analisados da mesma maneira, portanto, a partir das medialidades. Ou seja, o estabelecimento de um formato não é um ponto de uma linha evolutiva contínua, mas um conjunto de relações e referências institucionais, políticas e culturais. O imperativo desta teoria é o foco no que está

por baixo, além e por trás das caixas que embalam nossas mídias” independente de qual dispositivo é utilizado. Em outras palavras, nas institucionalidades e contextos de produção que “deram forma a suas características sensoriais¹⁶ (STERNE, 2012, p. 11, tradução nossa).

É por isso que, quando fala-se em playlist automatizada, procura-se destacar suas diferenças e semelhanças com outros processos e formatos, e a ideia de que sua automatização é uma manifestação do formato da playlist, e não sua evolução. Além disso, enxerga-se a forma como sua construção automatizada adiciona medialidades ao formato da playlist de uma maneira geral.

Não se trata de ignorar a forma física dos dispositivos, mas observar como foram formados, a partir de ideias e rotinas arraigadas. Os formatos estabelecem regulações e características que podem se tornar invisíveis ou apenas perceptíveis em sua ausência, e que adquirem valor estético com seu uso, muitas vezes não planejado. Procura-se assim entender

¹⁶ Do original: beneath, beyond, and behind the boxes our media come in, whether we are talking about portable MP3 players, film projectors, television sets, parcels, mobile phones, or computers.

que relações estão presentes entre essas regulações, negligenciada nos estudos de mídia, sua relação entre material e forma técnica e valores culturais que se formam em seu entorno (CHIARIGLIONE; MAGAUDDA, 2018).

Enquanto Sterne parte de uma perspectiva histórica, buscando compreender a ascensão do MP3 após sua ocorrência, sua defesa de que “mudanças em formatos podem ser, no mínimo, as mudanças da e através da mídia” permite que essa teoria dos formatos seja pensada também para observar tais mudanças em seu curso, como nas relações entre curadoria e produção automatizada de playlists observadas nos últimos anos. Ou seja, a reconfiguração de formatos estabelece um ponto diferente de olhar sobre a percepção dos atores envolvidos. Há, segundo de Marchi, uma “percepção de que as pessoas não consomem mais ‘como antigamente’. As características materiais dos suportes sonoros imprimem novas dinâmicas à cultura fonográfica contemporânea” (DE MARCHI, 2005, p. 15).

É justamente essa a dinâmica investigada aqui. Não para se contar uma história da constituição e desenvolvimento da playlist automática, mas para a identificar as medialidades que a automatização institui para a playlist, como forma de evidenciar como ela se estabelece como um formato a partir do rádio, combinando medialidades da crítica musical e da plataformização social.

1.2.1 Entre Mídia, Formatos, Suportes e Padrões

Vale destacar então que a definição de formato engloba a ideia dos padrões, ou standards, que são simplificados no senso comum ao suporte físico como o CD ou fita cassete, mas que pressupõem as normas de desenho técnico, registro, condutas e critérios de qualidade da produção sonora estabelecidos pelos envolvidos na definição do formato. Sua definição está situada simultaneamente em preocupações industriais, técnicas e estéticas (STERNE, 2012). Assim, acompanhando Marcia Tosta Dias (2012, p. 2), observa-se que enquanto o formato é “dado a partir das características físicas e técnicas do suporte, refere-se às qualidades e especificidades musicais e estéticas que o registro pode conter e alcançar”, o suporte, que aqui se elege denominar padrão, seriam o objeto material em que é realizado o registro musical e os aparelhos usados para sua leitura e reprodução.

A padronização exige que se estabeleçam métodos de julgamento que funcionem para a maioria das pessoas na maioria das situações, e julgamentos devem ser realizados previamente e de maneira universalizante, mesmo que não se espere atender o todo dos usuários. A definição dos suportes padronizados é uma exigência para que as empresas possam desenvolver produtos

que conversem entre si. Paradoxalmente, entretanto, essa definição é também palco de aspirações de controle sobre os formatos a serem utilizados. O MP3, por exemplo, como um objeto padronizado, negocia preocupações estéticas, técnicas e industriais em disputa entre as empresas envolvidas. Os pesos atribuídos à qualidade específica de um arquivo têm o viés de quem o escolhe: valorizar mais a taxa de bits ou a facilidade de avanço do playback, por exemplo, terá melhor uso para um tipo ou outro de aplicação (STERNE, 2012).

A disputa nas guerras de padrões é discutida por Leonardo Chiariglione e Paolo Magaudda (2018, p. 132), O primeiro, fundador do comitê responsável pela padronização do MP3, o Moving Picture Experts Group (MPEG), ao relatar sua experiência, reflete sobre o futuro e, de certa maneira, observa criticamente a análise de Sterne. É interessante perceber a definição de formato apresentada, ligada a uma visão técnica, obviamente orientando sua linguagem do campo da engenharia, além de sua ênfase em valorizar a ideia de que o MP3 foi construído a partir de “consenso e não autoridade”, negando que seu desenvolvimento seja um exemplo das chamadas “guerras de formato” ou “guerras de padrões”. Seu argumento reside na consequente perda de controle sobre os fonogramas pelas gravadoras com a adoção do MP3.

Para os autores, o formato é “uma forma de padrão”, uma “referência” estabelecida pelo consenso, e “o processo efetivo que produz este acordo”, ou este consenso, “é irrelevante, desde que seja justo para os interessados (evitando distorção do mercado) e realizado de maneira a corresponder às necessidades dos usuários (evitando resultados inúteis)”¹⁷ (CHIARIGLIONE; MAGAUDDA, 2018, p. 131). Entretanto, é justamente tal processo que a teoria do formato exige que seja observado, afinal, o que é “justo” e “útil” para um interessado é diferente do que seria para outro, além de que as “necessidades dos usuários” são percepções destes mesmos interessados. Parece dado, em seu discurso, que as dinâmicas sociais do grupo profissional serão entendidas como naturais. Exatamente como um *habitus* (BOURDIEU, 1989), cujo capital simbólico é ativado pragmaticamente, “desde que se atendam as necessidades dos usuários”, mas que estabelece uma dominação cuja prescrição será, de certa maneira, condicionante do que o usuário entende por “necessidade”.

(...) é importante notar que as decisões tomadas no MPEG não são forçadas por números, mas por força de argumentação técnica com base na qual o “consenso” é alcançado. Isso significa que os participantes comparecem às reuniões com

¹⁷ Do original: The actual process (de jure or de facto) that produces the agreement is irrelevant, provided it is fair to all parties concerned (otherwise it is market distortion) and carried out to match the needs of users (otherwise the result may not be very useful).

conhecimento desenvolvido com trabalho prévio intenso para usar na briga por seus argumentos¹⁸ (CHIARIGLIONE; MAGAUDDA, 2018, p. 135, tradução nossa).

A justificativa é calcada em um discurso técnico-científico e de conhecimento, da mesma maneira que a automatização algorítmica é legitimada em seus usos contemporâneos, pela objetividade e frieza da modelação matemática (O'NEIL, 2016). Todavia, uma observação mais detalhada sobre as características de um padrão, ou de um formato específico, permite verificar as contradições desse olhar técnico e sua necessidade de conduzir sua ação para um apagamento dos embates ideológicos que formatam os produtos culturais. Para Chiariglione e Magaudda, padrões combinam linguagem humana e computacional para expressar-se. Isso significou estabelecer um texto (linguagem humana) que definiu os parâmetros do padrão com base no qual seus integrantes desenvolveram o software (linguagem computacional) correspondente. O fato de os resultados desse procedimento desembocarem na seleção de dois padrões diferentes, as camadas 2 e 3, indica a subjetividade e a ideologia incutida em ambos os textos. Para o MPEG 4, os autores comemoram, há uma inversão deste processo, sendo desenvolvido primeiramente o software e então o texto referencial, evidenciando sua orientação pelo estritamente técnico. Além de demonstrar uma característica fundamental dos formatos digitais, é ponto crucial para a reflexão sobre automação: o mundo ideal dos desenvolvedores de formatos é a conformação da linguagem humana – abertura, subjetividade e desvio – à linguagem algorítmica – objetividade, fechamento e prescrição.

Ao se entender a formulação de procedimentos computacionais, em si ligados a decisões automatizadas para a recomendação ordenada de música, a playlist é conceituada como um formato, pois sua combinação de uma programação musical carregada de intencionalidade e valor simbólico subjetivo, que é a curadoria, com sistemas automatizados é também um condicionante e uma lógica formativa que corresponde e condiciona a expressão da música popular – tanto pelas formas de financiamento como pela exposição de artistas e construção de gosto realizada pelo público (COATES, 2016). Nela se manifesta a mesma dualidade: texto humano-texto computacional. Ambas as dimensões, subjetivas e técnicas, se confundem e se misturam, e resultam numa prescrição musical. Além disso, a playlist é governada por disputas econômico-políticas e técnicas na indústria e em seus novos intermediários que, se não procuram estabelecer um standard formal, disputam o controle e a concentração da difusão e

¹⁸ Do original: it is important to note that decisions in MPEG are not taken by the force of numbers, but by the force of technical arguments based on which “consensus” is reached on a decision. This means that participants come to meetings with a background of intense homework to be used to fight for their arguments.

distribuição musicais (ERIKSSON et al., 2019). Portanto, a partir desta chave de análise, inspirando-se em Sterne (2012, p. 149), algoritmos de recomendação podem ser analisados por meio do conjunto de proposições epistemológicas e técnicas sobre a prescrição, como uma possível epistemologia da playlist, principalmente ao se considerar o lugar do julgamento estético no desenvolvimento de tecnologias de som, que contribui para um entendimento de testes, avaliações e o que se diz sobre eles como documentos culturais.

Ancorada na lógica de mistura automatização-curadoria, a playlist automática é construída a partir de modelos que buscam organizar toda a comunicação musical computadorizada. Modelos estes que correspondem e condicionam uma lógica social, da mesma forma que formatos e padrões de outrora – como o álbum e o single, o vinil e o CD – e que estão em constante disputa por dominância e liderança, principalmente no tumultuado âmbito das indústrias da cultura. O uso de metadados¹⁹, por exemplo, contribui para a compreensão da playlist nesse processo prescritor. A recomendação e curadoria são baseadas nessas informações que possibilitam a ordenação e categorização, e agem como centro do *gatekeeping* para o processo de consumo musical (BONINI; GANDINI, 2019a; MORRIS, 2012, p. 859). O uso destas etiquetas permite a interação entre tecnologias diferentes e sua visibilidade, dada a necessidade de organização da profusão de dados disponíveis com a digitalização (KISCHINHEVSKY; VICENTE; DE MARCHI, 2015). De maneira geral, os metadados são mediadores de experiências musicais (MORRIS, 2012, p. 859).

Jeremy Morris (2012, p. 859, tradução nossa), discute como a recontextualização da música digital pelos metadados “faz a música se comportar”, sendo condicionante da maneira como a música digital se apresenta – um elemento fundamental na construção de playlists pois, “ainda que os metadados pareçam características orgânicas dos objetos, são predominantemente construídos para propósitos específicos de classificação, arquivo e acessibilidade”²⁰. Nota-se como o autor apresenta o caráter descritivo e prescritivo da inclusão dos metadados citando Bourdieu (2008), ao afirmar que a rotulagem dada às coisas é um ato de discurso performativo que tem por objetivo fazer com que ocorra aquilo que enuncia. Como o autor observa, prescreve-se a forma como se acessa e se experiencia a música pela forma como se classificam álbuns ou artistas por meio dos metadados (MORRIS, 2012, p. 859).

¹⁹ O arquivo digital tem em sua inscrição uma seção que se refere a si mesmo, dando informações que o identificam, como o nome do artista, a duração do fonograma e outras informações.

²⁰ Do original: Although metadata seem like organic characteristics of objects, they are highly constructed for specific purposes like classification, archiving, and accessibility.

Por meio da plataformização da comunicação musical no contexto de novo fechamento e concentração prescritiva por empresas de tecnologia e música, Bonini (2019a) compreende o relacionamento entre curadoria humana e recomendação algorítmica controlada e opaca como este novo processo de *gatekeeping* musical, que busca o poder de estabelecer agendas globais de consumo. Estes filtros operam criando valor e significado para tendências musicais, temperamentos, gêneros e contextos, artistas e faixas para consumo por meio do produto playlist. Ainda que, como se levanta constantemente ao longo do trabalho, as recorrentes tentativas e erros destes modelos exibam como as práticas de consumo reformulem esses poderes em práticas desviantes e brechas ao controle total.

Assim, como no caso do MP3, a organização da música com base nesses rótulos é realizada com propósitos diferentes e objetos específicos; ao se tornarem padrões e acomodarem outros objetos, exibem as necessidades diferentes e os limites da lógica implementada. Quando incluído em playlists profissionais, pela curadoria ou recomendação, o ato da etiquetagem em metadados tem efeitos nos gêneros e artistas apresentados aos ouvintes, e torna-se útil como atribuidor de valor à música digital, como as capas de discos, embalagens, lojas e outros “paratextos” atrelados aos formatos analógicos. E tem o efeito de contribuir para o universo simbólico, ou capital cultural, que será ativado na avaliação destas obras (MORRIS, 2012).

Então, metadados são uma importante disposição, ou *affordance*, da música digital, principalmente do ubíquo formato MP3, mas também da playlist (STERNE, 2012). Os metadados não são um formato, porém compõem a medialidade do formato da playlist ao serem ao mesmo tempo uma característica específica do fonograma e variável em referências cruzadas de formatos de playlists em diferentes veículos. Tanto o MP3 como a playlist dispõem, pelas etiquetas dos metadados, a capacidade de organizar músicas de maneira temporal, espacial ou comportamental e criar ou recriar significados em torno dessa organização. Dessa forma, criam contexto à materialidade musical (MORRIS, 2012, p. 861). Ao hierarquizar a oferta de música com base em parâmetros arbitrários e opacos, os modelos de recomendação “etiquetam” a música para aquela playlist, acrescentando aos fonogramas classificações descritivas que prescrevem formas de escuta.

Nota-se que a atribuição deste tipo de informação aos fonogramas é parte importante do desenvolvimento dos próprios serviços de streaming. Pioneiros no segmento como o Last.fm e o Pandora contavam com projetos de identificação e atribuição de *tags* para garantir consistência a essa materialidade do fonograma para lidar com as construções automáticas de playlists. No Pandora, esse processo recebeu até mesmo um nome com ares científicos: Projeto

Genoma Musical. Esse genoma seria composto por 450 atributos, ou “genes”, registrados em diferentes fonogramas de acordo com suas características, numa tentativa de padronizar o uso de metadados de forma a dar maior consistência ao formato de construção das playlist. No Last.fm, essa inclusão também era feita pelos próprios usuários e aproveitada pelo serviço, buscando-se assim dar conta dos valores emergidos dos ouvintes (KISCHINHEVSKY, 2016).

Até agora, falou-se de formato referindo-se diretamente à construção dos objetos em que se armazena, se transmite ou se organiza a música, ou seja, seus padrões. Entretanto, o uso do formato como definição de um modelo de programação do rádio, espera-se deixar claro, também pode ser entendido sob a mesma definição utilizada como referencial. A linha entre playlists do rádio e sua segmentação se conecta às playlists do fim dos anos 2010 de que maneira? Os procedimentos e formatos do rádio ainda que alterados pela automação e estatísticas de uso estão presentes nas estratégias de curadoria hoje?

O formato radiofônico, entendido por Luiz Artur Ferraretto (2014) como a maneira de uma determinada estação de rádio estruturar sua programação de acordo com um determinado segmento da audiência, está ligado à especialização e tentativa de adicionar previsibilidade à programação do meio. O formato envolve, ao mesmo tempo, a padronização de conteúdos de acordo com os objetivos de posicionamento da emissora, o desenvolvimento de uma estrutura para cada programa e a visualização desse material dentro de uma grade horária. Quando fala-se em formato no rádio no Brasil, normalmente é a essa formatação de horários que se refere.

Sua origem está ligada ao crescimento da televisão, principalmente nos anos 1950. Segundo Ferraretto, citando Fornatale e Mills (1980), o advento da radio formula, um termo inicial para o mesmo princípio, ocorre entre o fim dos anos 1940 e início dos 1950, quando as emissoras de rádio buscaram criar uma coerência identitária em suas programações evitando a imprevisibilidade que a personalidade específica de um DJ pudesse acrescentar ao que os ouvintes esperavam. Elsa Moreno (1999, p. 90) por sua vez, ao explorar as características do rádio de formato musical, apresenta seu surgimento em meados dos anos 1950. Para a autora, a inserção de uma estratégia de repetição constante de músicas do momento, conhecida como Top 40, inaugura a introdução da especialização radiofônica, ou segmentação, e “uma nova maneira de fazer rádio” em que a música não era apenas conteúdo, mas um conjunto autônomo de programação, diferente do rádio espetáculo ou do rádio generalista. Crisell (1994) também demonstra que foi a migração dos públicos e anunciantes para a televisão que exigiu uma abordagem de programação que fosse menos generalista e mais previsível.

Pedrero (2000, p. 129) considera que, como um “sistema conceitual e operacional que individualiza um segmento de mercado e formula uma programação que a ele se adapte”, o

formato radiofônico estabelece estrutura e coerência à programação. Realiza isso por meio de regras formais de tempo de duração de uma determinada faixa de programação, análise para determinação de conteúdo e, no caso musical, a discografia ou playlist disponível para o formato, e pesquisas de segmentação sociodemográfica e sociocultural de público. O formato é o resultado destas atividades que “determinam, cronometram, ordenam, combinam e estabelecem as pautas de repetição para a faixa horária (MORENO, 1999, p. 99). As músicas são classificadas e codificadas, além de hierarquizadas para um número de repetições, por um método que estabelece cinco categorias diferentes na primeira, com maior número de repetições programadas, tendo um número menor de canções e a última, um número maior que se repetirá menos vezes ao longo do dia e da semana (MORENO, 1999, p. 103).

Em razão dessa categorização, defende-se que o formato radiofônico pode ser compreendido como base de uma medialidade da formatação, enquanto os códigos, matérias-primas e estruturas físicas são as características materiais de padrões técnicos, como o MP3, o LP e o CD. A mesma característica descritiva e prescritiva dos metadados, do código de percepção auditiva e dos julgamentos de qualidade sonora é aplicada à rotulação e codificação das canções nas 24 horas de programação radiofônica. Ao estabelecer uma identidade e previsibilidade para a mensagem da emissora, o universo simbólico e material – contextual – do ouvinte é também condicionado, em partes, por essa mesma identidade e previsibilidade. Isto, inclusive, foi o que justificou o sucesso do formato radiofônico musical até o início deste século. Além disso, partindo da noção de algoritmo como conjunto de instruções, o formato radiofônico deve também ser entendido como um formato desta natureza, ainda que não automatizado, nem digitalizado. Assim, envolvendo dois usos aparentemente distintos de formatação, percebe-se seu hibridismo, sua lógica comunicacional e técnica, sua construção profissional e material, a constituição de suas medialidades.

Isto permite problematizar uma definição de rádio como formato e discutir a diferença entre mídia e formato como categorias explicativas. Andreas Lenander Aegidius (2018) procura enquadrar o rádio musical em si como um formato, situando sua análise pesadamente na noção de remediação. Por conseguinte, de maneira geral, define formato como uma forma de apresentação do conteúdo musical e específica de duas maneiras distintas: os de mídia ou tecnológicos e os de conteúdo. Seu foco estará nos primeiros. O autor convoca a teoria do formato de Sterne para propor que conceituar o rádio musical como um formato permite estudar sua remediação pelas plataformas de streaming, destacando o uso da playlist como conexão central entre as duas mídias. Ao contrário, como definido ao longo desta seção, o formato é este conjunto de medialidades que condiciona uma comunicação do meio. No caso do rádio musical,

são os processos de seleção e veiculação que estabelecem o formato inserido no meio rádio, ou seja, não é necessário separar os formatos entre aqueles usados na programação de conteúdo daqueles que constituem padrões técnicos. O rádio, nesse sentido, continua sendo uma mídia por meio do qual podem ser estabelecidos formatos. Para o rádio musical, a playlist.

O “*format radio*” não deve ser compreendido como um formato, mas aquilo que o denota, a playlist. A menos que se compreenda o rádio musical como um sinônimo de playlist, o que parece não ser o caso. É ela que será utilizada pelos serviços de streaming para referenciar o rádio, será ela que carregará as medialidades da curadoria, seleção e fluxo musical de uma mídia a outra. Compreender a playlist como um formato e não o rádio musical permite fugir das amarras teleológicas da remediação. O formato se encontra no rádio e no streaming, em uma relação de referência e não evolutiva.

O formato, portanto, é o resultado de um conjunto de regulações e normas, construídas com base em julgamentos técnicos e estéticos em uma disputa política e econômica por seu controle. Ele opera em diferentes meios constituindo disposições possíveis, ou *affordances*, e contêm em si mesmo medialidades que caracterizam o meio e uma materialidade própria que é constituída por código e forma física. Os julgamentos que o formam são baseados em um ouvinte imaginado, cujas capacidades de audição e julgamento são predeterminadas por um tipo de discurso especializado. Como resultado de sua determinação descritiva, suas regras condicionam formas de conduta e um universo simbólico para com o ouvinte, de maneira prescritiva. Ainda que essas condições estejam dadas, destaca-se que fala-se em prescrição conforme a definição dada neste capítulo e que, portanto, não se pressupõe que o ouvinte não reconfigure e ressignifique essas condições em direção a seus próprios interesses e disposições. Entretanto, o âmbito da produção no circuito e objeto aqui estudado – de produtores, programadores, desenvolvedores e difusores – terá seus processos determinados por estas concepções imbuídas no formato.

É nesse sentido que um olhar deslocado das tradicionais análises midiáticas do conteúdo, do emissor, da mídia ou do receptor pode favorecer uma nova chave interpretativa. Escolhe-se apontar para uma lógica cultural própria do estabelecimento deste formato. Uma lógica sociotécnica de procedimentos de programação que envolve éticas e presunções profissionais e institucionais de programadores e analistas de sistemas e a ação automática, funcional, da máquina.

1.2.2 Descoberta, pluralidade e diversidade cultural

A descoberta é uma ideia recorrente no discurso da playlist e programação musicais desde sua origem, mas toma centralidade nos modelos de comunicação mercadológica e corporativa dos serviços de streaming musical. Presente como um pressuposto aos objetivos majoritários de ouvintes, de rádio e streaming, a capacidade de ouvir e reconhecer uma música ou artista não acessado, ou pouco acessado, até então, perpassa as justificativas e retóricas das diversas programações musicais disponíveis hoje em dia. Reflete-se aqui sobre as bases dessa premissa, avançando uma breve revisão²¹ sobre as noções de pluralidade e diversidade cultural e a maneira como podem ser afetadas pelo condicionamento prescritivo estudado. Os vários tipos de prescrição musical, partindo-se da definição desenvolvida, tem como consequência o estabelecimento de condições de acesso e audição e tocam diretamente nos embates políticos da regulação da esfera cultural e de sua relação com a tecnologia (HALL, 1997; MOROZOV, 2018). Assim, faz-se necessário compreender o funcionamento dos vários filtros institucionais, econômicos e culturais que determinam o que é ofertado como conteúdo e o que não é, e colocar em perspectiva o debate da oposição entre liberdade e regulação na produção cultural.

Ao se observar a retórica do streaming, fica difícil definir exatamente o que seja essa descoberta e o que seria uma música nova para um ouvinte. Basta ser uma canção nunca ouvida? E se já tiver sido exposto a ela de maneira involuntária, mas não houve uma escuta atenta? E se for uma gravação antiga? Tais questionamentos são relevantes, já que a descoberta é parte importante do desenvolvimento de recomendações nas programações do streaming. De maneira geral, entende-se por descoberta as formas de encontrar, discutir, buscar e ouvir músicas e/ou artista com as quais as pessoas ainda não foram familiarizadas, ou seja, não seriam capazes de identificar sem o auxílio de informações, tais como o nome do artista ou faixa, seu gênero e a semelhança com outras músicas (CUNNINGHAM; BAINBRIDGE; MCKAY, 2007).

Estudos da computação e informação que lidam com a questão da descoberta parecem não questionar o conceito, demonstrando interesse em apontar para maneiras de oferecer a tal “música nova” aos ouvintes (CELMA, 2014; CHAMBERLAIN; CRABTREE, 2016; CUNNINGHAM; BAINBRIDGE; MCKAY, 2007; KOSTEK et al., 2014; SONG; DIXON; PEARCE, 2012). Ainda assim, Oscar Celma (2014), ao propor que os sistemas de recomendação devem se basear na percepção de qualidade dos ouvintes e não na precisão com

²¹ Ao referenciar trabalhos que fazem extensivas análises sobre o assunto, pretende-se contextualizar a problemática da diversidade como consequência direta de processos de prescrição.

que se preveem seus hábitos, define a novidade como uma música desconhecida do ouvinte. Para o autor, a recomendação de uma playlist ou de um artista, além da novidade, não deve deixar de levar em conta a familiaridade e relevância para o público, ou seja, deve apresentar um conjunto de informações que associem a descoberta a experiências e conhecimentos anteriores dos ouvintes, como músicas conhecidas, artistas relacionados etc. A explicação normativa dada por Celma indica os embates sobre a maneira de avaliar e definir a descoberta e as formas de acesso à música no âmbito dos sistemas de recomendação. Essa crescente atenção às formas de acesso é dada principalmente no campo do desenvolvimento de sistemas capazes de recomendar canções e artistas ao ouvinte – os desenvolvedores de software prefeririam chamá-los usuários –, automatizando e dinamizando o processo de recomendação.²²

Por essa razão, as preocupações e critérios utilizados para compreender descoberta e diversidade nos serviços de streaming são altamente dependentes das reações personalizadas dos usuários agrupadas em grandes volumes de dados. O comportamento dos usuários dentro dos serviços é o que alimenta as lógicas de recomendação. O histórico de artistas e faixas ouvidas e buscadas, o tempo e horários de audição de uma faixa, marcações de favoritos e a seleção de estilos preferidos alimentam uma base de dados que é utilizada para “prever” as preferências e a relevância de uma música a ser oferecida ao ouvinte, obviamente, dependente do repertório disponível ao algoritmo, cuja composição é decidida política e economicamente (KISCHINHEVSKY; VICENTE; DE MARCHI, 2015).

A concorrência entre os serviços que utilizam esta automação e que apresentam virtualmente o mesmo número de fonogramas e, portanto, as mesmas possibilidades de acesso às músicas acaba voltando-se a essa capacidade de previsão. Aquele que consegue satisfazer com equilíbrio as preferências de músicas “novas” ou conhecidas do ouvinte recorrentemente receberia mais atenção dos ouvintes, por oferecer uma programação ideal para o cotidiano do indivíduo. Entre os mais de 400 serviços globais de streaming disponíveis até 2016 e números de faixas que ultrapassam os 43 milhões, a noção de curadoria e recomendação torna-se diferencial importante (VICENTE; KISCHINHEVSKY; DE MARCHI, 2016).

Todavia, apenas reafirmar a diversidade de ofertas pelo número de fonogramas disponível não é suficiente. Também há uma necessidade de justificar sua capacidade de fazer a música certa chegar às pessoas certas. Enquanto o rádio, depois de estabelecida a parceria

²² Como Celma (2014, p. 2) apresenta em busca superficial, os artigos encontrados no Google Acadêmico com as palavras-chave “*music recommendation*” e “*music recommender*” foram de 3 em 2001 para 19 em 2009. Um crescimento modesto, porém é importante destacar que se fala apenas na indexação do Google, e não no número de publicações efetivas.

com a indústria, não teve tanto trabalho em se posicionar como o caminho para chegar até o ouvinte e construir as estrelas do sistema, o streaming ainda se esforça para demonstrar de que maneira será possível contribuir para um novo sistema de consumo financeiramente sustentável para os artistas. A defesa é de que essas novas empresas intermediam gravadoras e artistas com o público e dão maior abertura a vários tipos de artistas (VICENTE; KISCHINHEVSKY; DE MARCHI, 2016), sejam do *mainstream* ou mais afastados dele (HERSCHMANN, 2011).

Através de mediadores independentes, como os agregadores de conteúdo, artistas autônomos assim como pequenas e médias gravadoras independentes conseguem inserir suas produções nas mais importantes lojas virtuais e serviços de streaming sem grandes custos operacionais, algo que sugere uma possibilidade de competição mais razoável entre *majors* e *indies* (VICENTE; KISCHINHEVSKY; DE MARCHI, 2016, p. 7).

No entanto, mesmo através da programação de suas ofertas, o consumo curado para indivíduos depende muito da lógica econômica dos nichos, e talvez não seja capaz de oferecer o retorno, seja em reconhecimento ou financeiramente, interessante para o setor, principalmente para os independentes. É suficiente imaginar que uma economia de cauda longa²³ seja capaz de dar conta da ampla variedade musical oferecida no cenário atual? Além disso, as programações do streaming podem também depender majoritariamente de números de mais ouvidas e verbas de promoção que favorecem aqueles que têm os recursos para promover suas produções (KISCHINHEVSKY, 2014).

Em rápida observação das playlists de mais tocadas, por exemplo, é possível perceber que os estilos e artistas que se concentram nas primeiras posições estão em sua maioria ligados às *majors*. Conforme Eduardo Vicente, Marcelo Kischinhevsky e Leonardo de Marchi (2016, p. 19), em 2015 havia “uma clara concentração dos artistas em pouquíssimos segmentos musicais, sob controle das grandes gravadoras”, e a disparidade econômica também deve ser levada em conta nessas propostas de programação. Para os autores,

a oferta de milhões de fonogramas, seja nos serviços de streaming ou no rádio hertziano, não assegura a representatividade das listas de mais tocadas, que permanecem condicionadas por acordos comerciais bilionários, privilegiando os catálogos das grandes companhias musicais” (VICENTE; KISCHINHEVSKY; DE MARCHI, 2016, p. 20).

A tendência de concentração continua até o início de 2020, como mostra a Tabela 2.

²³ Segundo Anderson (2006), uma economia de cauda longa se refere à distribuição do volume de vendas em produtos de nicho cujo número de interessados é baixo, não está entre aqueles que estão no pico de demanda, mas que combinados podem produzir faturamentos volumosos.

Tabela 2 - Top 10 - Faixas mais tocadas - Spotify - Brasil - Entre 23/03/2014 e 28/03/2020

Artista - faixa	Gravadora	Gênero
Ed Sheeran - Shape of You	Warner Music Group	Pop/folk
Felipe Araújo - Atrasadinha - Ao Vivo	Universal Music	Sertanejo
João Gustavo e Murilo - Lençol Dobrado	Warner Music Brasil	Sertanejo
Jorge & Mateus - Propaganda - Ao Vivo	Som Livre	Sertanejo
Zé Neto & Cristiano - Notificação Preferida - Ao Vivo	Som Livre	Sertanejo
Marília Mendonça - Ciúmeira - Ao Vivo	Som Livre	Sertanejo
1Kilo - Deixe Me Ir - Acústico	1Kilo Records	Rap
Melim - Meu Abrigo	Universal Music	Reggae/Pop/MPB
Marília Mendonça - Bebi Liguei - Ao Vivo	Som Livre	Sertanejo
Zé Neto & Cristiano - Largado Às Traças - Ao Vivo	Som Livre	Sertanejo

Fonte: KWORB, 2020

A argumentação dos produtores dos serviços, nesse sentido, se refere à relevância para os grupos que utilizam a socialização da escuta em seus recursos de rede social. A sociabilidade é o ponto chave para argumentar em favor dessa lógica. Os recursos que aproximam grupos de interesse e que valorizam o consumo social, partindo do princípio de que a audição musical é uma prática intersubjetiva, justificam, assim, tanto o desenvolvimento de playlists e outras programações como o caráter compartilhável das audições, demonstrando aos artistas que uma base de fãs pode ser construída a partir das redes sociais daqueles que tiveram acesso ou que estejam identificados com os critérios selecionados pelo serviço.

Além disso, como já abordado, a descoberta não é um problema apenas da audição por streaming, nem da construção de playlists. Em pesquisa sobre a transformação do consumo musical jovem no início da década de 2010 com ouvintes de players portáteis e celulares, Gutiérrez García, Ribes Guàrdia e Monclús (2011, p. 305, tradução nossa) situam o rádio musical como concorrente da construção de playlists nestes dispositivos, a partir da percepção dos jovens sobre o rádio como um meio tradicional. Já que, conforme a pesquisa, “os jovens de 14 a 24 anos têm optado por consumir preferencialmente os conteúdos musicais que eles mesmos administram para a elaboração de suas playlists”²⁴.

O estudo mostrou que essas alterações nos padrões de consumo obrigam a indústria radiofônica a se limitar a estratégias de programação que reciclam conteúdos em diversas mídias e resultam numa repetição de padrões que afasta os vínculos emocionais com o ouvinte, historicamente centrais para a relação da produção com o consumo radiofônico (GUTIÉRREZ GARCÍA; RIBES GUÀRDIA; MONCLÚS, 2011). Observa-se assim a justificativa para que o

²⁴ Do original: los jóvenes de 14 a 24 años han optado por consumir preferentemente los contenidos musicales que ellos mismos gestionan para la elaboración de sus playlist.

streaming preocupe-se em dizer que suas formas de programação, apesar de referenciarem o rádio diretamente, têm a possibilidade de superar essas limitações.

A descoberta principal resultante do estudo, entretanto, permite pensar o papel da prescrição musical na playlist, mesmo antes da consolidação dos serviços de streaming. A audição da programação do rádio na internet é tida pelos jovens como uma forma de obtenção de músicas novas, já que as playlists pessoais exigem um esforço para a atualização por download. Os depoimentos dos pesquisados sobre a periodicidade baixa com que atualizam suas playlists montadas com arquivos da internet e sua relação com a descoberta de novas músicas – aspecto que aparece, mais uma vez, como fundamental no processo de consumo musical – demonstram o papel persistente da playlist radiofônica como esta prescritora musical. Conforme os autores, “a oferta musical que o rádio oferece segue sendo para eles um referente no momento de construir suas playlists que escutarão em seus dispositivos móveis”²⁵ (GUTIÉRREZ GARCÍA; RIBES GUÀRDIA; MONCLÚS, 2011, p. 306, tradução nossa).

Pensando nisso, seria um erro desassociar a prescrição pela playlist automática da tradicional playlist radiofônica ou da curadoria do streaming; ao contrário, são diferentes manifestações do formato da playlist, que endereça o problema da descoberta e da diversidade em ambos os meios. Kischinhevsky argumenta que o rádio

seria, por excelência, o *locus* da promoção e da preservação da diversidade e da pluralidade, ao estabelecer a agenda pública de debates, ao atuar como fiscal dos poderes constituídos e também ao oferecer conteúdos informativos e de entretenimento que contemplem a multiplicidade de vozes na sociedade, que representem de forma digna (no jornalismo, na publicidade, na dramaturgia) os diversos segmentos sociais e seus sistemas de crenças e valores (KISCHINHEVSKY, 2014, p. 111).

Portanto, o ato de descobrir ou promover a descoberta estará implicado nas discussões sobre promoção e regulação da diversidade e pluralidade nos meios de comunicação. Recorrentemente utilizados como sinônimos, pluralidade e diversidade se conectariam à retórica da descoberta ao indicarem o sentido de “muitas” ou “distintas” opções ou produtos culturais disponíveis (ALBORNOZ, 2014). Dessa maneira, a descoberta estaria condicionada à possibilidade de acesso a uma grande quantidade de fonogramas, condição oferecida pelos serviços de streaming. Entretanto, a distinção entre estes termos é importante principalmente por suas implicações nas políticas de regulação empreendidas em diversos lugares do mundo e suas consequências. Um ponto importante, já comentado, são as responsabilidades de empresas

²⁵ Do original: la oferta musical que ofrece la radio sigue siendo para ellos un referente a la hora de confeccionar las playlists que escucharán en sus dispositivos móviles.

de tecnologia que operam como veículos de mídia, mas trabalham constantemente para não serem enquadradas como tais (ERIKSSON et al., 2019).

Conforme Albornoz (2014) argumenta ao discutir tais elementos, pluralidade tende a ser relacionada à definição de democracia e à expressão de diversos pontos de vista em um ambiente social e político. Já a diversidade estaria mais ligada às expressões culturais, ou seja, produtos artísticos e midiáticos. Assim sendo, a pluralidade teria duas dimensões sobre as possibilidades de expressão: uma face “externa” sobre o acesso à veiculação por meio da posse de um meio e uma face “interna” que se refere ao que é dito nesses meios, às vozes disponíveis, à valoração dos conteúdos de acordo com a sua “diversificação”.

Portanto, em termos da pluralidade, destacam-se as estratégias de controle e consolidação de formas de acesso ao conteúdo musical. O contexto industrial, explorado na introdução, demonstra a busca pelo controle das propriedades intelectuais e o papel do streaming em se aproximar de práticas de consumo, enquanto regula suas possibilidades de acesso. A reconfiguração em torno de playlists organizadoras da ampla quantidade de fonogramas em uma disputa por formatar a experiência musical implica em uma configuração de fontes de conteúdo limitada e concentrada.

As plataformas de streaming tornaram-se parte significativa do mercado de difusão musical que se adaptam a uma demanda e lógica de consumo diferente da aquisição do fonograma em disco ou em MP3. A profusão de formas de acesso, no início do século XXI, demonstrava o poder da lógica da abertura atribuída à web. Diferente da lógica empresarial do fechamento predominante no século XX, de controle e concentração da produção pelas empresas, a capacidade de produzir, difundir e ouvir músicas de várias maneiras diferentes corresponde à ideia contrária, da ampliação de fontes de acesso e liberdade de escolha. Ideias em embate no campo das indústrias de informação que, neste momento, suscitam preocupações sobre a pluralidade, no sentido da posse dos meios de acesso aos conteúdos e também aos seus efeitos na diversidade, nos termos de Albornoz (2014).

Tim Wu (2012), discute as diferentes abordagens sobre abertura e fechamento de maneira ainda otimista, principalmente em referência ao Google, no início da década de 2010. Entretanto, já naquele momento, se for observado o comportamento da indústria fonográfica, se desenhavam as indicações do início de uma organização que caminhava de volta para o fechamento. O sucesso do modelo de produção da Apple, principalmente do iPhone, em que os sistemas são exclusivos do hardware produzido pela empresa, o acesso a seus reparos limitado a especialistas e sua lógica visual que privilegia o consumo e não a produção, torna-se primordial para seu alcance da posição de maior empresa de tecnologia do planeta no ranking

Forbes (PONCIANO, 2019). Seus acordos com as grandes gravadoras para distribuir os fonogramas em sua loja digital iTunes, que precifica todas as faixas em um mesmo valor e tem seu consumo facilitado no “ecossistema” Apple (iTunes, MacOS, iPod, iPad e Iphone), serviram como indicação da mudança de percepção dos controladores dessas empresas fonográficas, mais seguras para acordos com as empresas eletrônicas e com uma melhor compreensão das correspondências entre os modelos propostos por essas empresas e a lógica de consumo encampadas pelo público (DE MARCHI, 2016).

O estabelecimento do Facebook como outra chave de acesso à web para grande parte da população e sua organização como ambiente fechado e controlado, inclusive automatizado, buscando o consumo e produção de informações dentro do website, oposto às páginas livres na web, também serve de indício à tendência de fechamento das empresas de comunicação e cultura no ambiente digital. Ao tratar do Google, Wu (2012) tenta demonstrar como sua abordagem de abertura se contrastava naquele momento à da Apple e, em rápida passagem, à do Facebook. Sua argumentação é sustentada pelo desenvolvimento do Android, sistema operacional para smartphones desenvolvido pela Google com características de interface e experiência de usuário parecidas com o iOS da Apple, porém com licença de software livre²⁶. Entretanto, o próprio Google também é tratado com certo cuidado por Wu, já que o acesso às páginas da web concentrado aos resultados de busca do algoritmo da empresa também é exemplo dessa tendência ao fechamento.

No streaming de música, essa lógica de fechamento é materializada fora das regulações de mídia e às escuras. Miguel Afonso Caetano (2016) expõe sua preocupação com a forma com que acordos privados e não transparentes entre gravadoras e empresas de tecnologia, celebrados fora do debate sobre regulação de acesso e diversidade, podem estar conduzindo à limitação da pluralidade e à recuperação do controle fechado aos fonogramas exercido pela indústria fonográfica durante o século XX. Tal como o rádio, o streaming não transmite a posse dos fonogramas, mas seu acesso em fluxo. Todavia, diferentemente do rádio, ele busca substituir a posse por outros meios e se organiza como um modelo combinado de difusão e distribuição. Assim, a capacidade de acesso fica controlada por acordos longe da decisão do público.

Sendo o serviço da Spotify um serviço de streaming dependente do estabelecimento de acordos de licenciamento com os detentores de direitos relativos a cada território nacional, tal como no caso do YouTube da Google, da iTunes Store da Apple ou da loja Kindle da Amazon, existem determinados conteúdos que não se encontram

²⁶ O software livre é software cujo código fonte é acessível publicamente mantido público por meio do controle exercido pelo direito autoral daqueles que criaram ou alteraram seu código. Baseia-se na liberdade de uso, estudo, redistribuição e aprimoramento do código disponível (LEMOS; BRANCO, 2006).

disponíveis para os utilizadores de um determinado país. (...) É impossível não deixar de especular a respeito da relação entre a participação acionista das quatro maiores companhias discográficas do mundo e a forma como os artistas independentes são tratados pela Spotify tendo por base este episódio. Aqui, tal como em inúmeros outros casos de lançamentos independentes, a alternativa gratuita, mas não autorizada demonstrou mais uma vez a melhor (porque única) opção à escolha (CAETANO, 2016, p. 236).

A possibilidade de perder o acesso ao cruzar uma fronteira, ao se encerrarem contratos ou à mercê de decisões administrativas, demonstra que essa questão é fundamental para se pensar criticamente a “infinidade” musical disponível nessas plataformas ao ouvinte e aos algoritmos de recomendação. Não há novidade neste movimento; as preocupações nesse sentido perpassam o rádio. Kischinhevsky (2014) explora a proliferação de redes de rádio no Brasil cuja programação é padronizada a partir das emissoras centrais (cabeças de rede), com as transmissões regionais em alinhamento com a transmissão nacional, impondo barreiras de entrada ao fluxo radiofônico de uma variedade de artistas independentes, enquanto concentra as decisões de programação em um pequeno grupo decisor. Ou seja, a diferença consiste na amplitude dos objetivos dos serviços de streaming, sua lógica universalista de padronização de consumo e seu esforço em formatar a experiência musical por meio da recomendação automática.

No Brasil, a música veiculada no rádio é alvo de críticas de pesquisadores e intelectuais, sobretudo pelo caráter comercial, a partir de julgamentos de gosto. Estudo recente (KISCHINHEVSKY, 2011b, op. cit.), contudo, demonstra a influência das multinacionais da música e de algumas poucas gravadoras independentes na formulação da programação musical das FMs, marcada ainda pelas denúncias de propina – o jabá, hoje praticamente oficializado, na forma de verbas de promoção ou divulgação pagas pela indústria fonográfica e até mesmo por artistas independentes que buscam disputar espaço na programação radiofônica usando as mesmas armas das *majors*. (KISCHINHEVSKY, 2014, p. 110)

Com base nisso, coloca-se em perspectiva a evolução das possibilidades de restrição ou ampliação de acesso na difusão musical a partir da playlist digital automática em plataformas de streaming, que protagonizam os esforços de difusão e distribuição musical da indústria e também de audição dos ouvintes. Estes elementos estão ligados diretamente à pluralidade de acesso às diferentes fontes musicais, que se pressupõe ser infinitamente ampla durante a massificação de trocas de informação na internet, mas que se mostra insistente em sua lógica de fechamento e de reconfiguração das práticas de controle de mídia tradicionais. As consequências à face interna da pluralidade, sua diversidade, incidem além da audição sob demanda de álbuns e faixas: atingem também o conteúdo provido por esses veículos, que se materializa nas playlists criadas pela curadoria e pela construção automática. Essas ofertas prescritivas implicam na preocupação com “o número de opções elegíveis” e nas “diferenças existente” entre tais opções (ALBORNOZ, 2014, p. 21).

Para se analisar a diversidade, um corpo de estudos da economia e inovação industrial tem debatido essas definições e problemas de procedimento e medição. De uma perspectiva dual, testada e questionada desde suas primeiras aplicações, em 1975, envolvendo a comparação de listas de vendas com estruturas de produção (CHRISTIANEN, 1995; LOPES, 1992; PETERSON; BERGER, 1975), chegou-se à proposição mais completa e recente proposta por Stirling (1998, p. 39-40), que compreende uma subdivisão em três aspectos, ou uma definição tripartite: (a) variedade: número de categorias nas quais a quantidade em questão pode ser particionada (por exemplo o número de opções tecnológicas funcionalmente, morfologicamente ou operacionalmente distintas oferecidas em paralelo num mercado); (b) Balanço: refere-se às “cotas de mercado” de cada uma das opções tecnológicas; (c) Disparidade: refere-se à natureza e ao grau em que as categorias diferem-se umas das outras.

Essa proposta é particularmente avançada por Heritiana Ranaivoson, que aplicou o modelo na análise da diversidade na produção musical internacional. Para o autor, “em iguais condições, quanto maior a variedade/equilíbrio/disparidade, maior a diversidade” (2010, p. 2). Seu estudo incluiu uma série de dados ausentes nas análises anteriores. Além disso, estabeleceu que todo mercado tem dois tipos de diversidade: a oferecida pelos produtores e a de produtos utilizada pelos consumidores. Finalmente, a diversidade cultural depende de interações complexas entre a diversidade de produtores, produtos e consumidores. Logicamente, sua definição de “diversidade cultural” contempla: (1) a variedade, o equilíbrio e a disparidade de produtos na forma como são disponibilizados no mercado e, depois, consumidos, (2) diversidade de produtores, de acordo com seu potencial poder de mercado e a forma como esse poder é expresso (estrutura de mercado) e (3) diversidade dos consumidores, no que diz respeito aos seus gostos e identidades diferentes. Além disso, ampliaram-se os dados utilizados para incluir condições sociais, demográficas e econômicas (renda per capita, PIB, entre outras categorias) das populações.

Suas conclusões indicam que, em nível internacional: (1) o sistema flexível de produção fonográfica favorece a diversificação de produtos disponíveis no mercado fonográfico, (2) a concentração da distribuição pode levar a maior variedade de produtos consumidos – o que não significa que a concentração da distribuição e a diversidade de produtos sejam sempre diretamente proporcionais – e que (3) condições sociais, demográficas e econômicas apresentam uma variedade de influências diretas e indiretas tanto sobre a oferta de produtos como sobre as escolhas dos consumidores, ainda que nem sempre de forma óbvia.

Não obstante, a digitalização do mercado fonográfico implica uma transformação qualitativa da diversidade, como proposto nesta seção. O contexto aqui apresentado enfatiza

que a conexão entre produção e consumo se realiza na circulação dos conteúdos digitais. Sendo assim, a separação entre as partes, conforme pensado nas pesquisas acima descritas, deixa de ser apropriada. Além disso, os sistemas de recomendação de conteúdos utilizados por tais intermediários assumem um inusitado protagonismo. Esses algoritmos não apenas servem aos usuários da plataforma; eles atuam sobre suas escolhas, sendo determinantes para o acesso aos conteúdos e, por conseguinte, sobre a inovação de produtos e a diversidade cultural do mercado fonográfico digital.

Essa breve discussão contextualiza a questão da prescrição nos embates sobre pluralidade e na possibilidade de medir ou analisar a diversidade na produção cultural, e permite a compreensão de que as consequências da formatação pela playlist exigem novos olhares para a questão da diversidade, considerando a junção da difusão e distribuição em um formato específico. A avaliação da diversidade musical no streaming não é a proposta desta análise, mas antes uma reflexão sobre as culturas de produção que conduzem às condições de produção dessa diversidade. Para melhor compreender como isso foi feito, a seguir discute-se o percurso metodológico e espera-se elucidar as decisões tomadas nesse sentido.

2 CONSTRUINDO A PLAYLIST

Uma playlist é desenvolvida de diferentes formas, com diferentes intenções e contextos. Quais são as características que permitem delimitar o que se considera uma playlist e o que se considera qualquer outro tipo de coleção musical? O que implica a criação de uma playlist que não implica a produção de um álbum de músicas autorais, por exemplo? Neste capítulo objetiva-se responder a essas questões apresentando um panorama histórico de diferentes definições dadas para a lógica da playlistização, utilizadas profissionalmente e analiticamente, além dos usos em diferentes práticas de difusão musical.

Busca-se ainda delimitar um grupo específico de playlists que se enquadram nos fundamentos usados para a consolidação do formato da playlist contemporânea enquanto são analisadas suas características prescritivas. Assim, realiza-se uma tipificação das playlists baseadas no compartilhamento mútuo de características exigidas pelo conceito de playlist, suas especificidades e principalmente seus modos de construção que revelam intencionalidade e contexto prescritivos.

2.1 Por uma definição específica

A playlist, ou aquilo a que se refere quando se usa essa expressão hoje em dia, está ligada à audição musical em computadores pessoais e, principalmente, à adoção do MP3 como meio massivo de troca musical digital. Entretanto, sua origem é identificada em momento anterior, no desenvolvimento do rádio musical. Além disso, seu processo de construção é variado o suficiente para dificultar um claro delinear de suas fronteiras conceituais e possibilidades de uso. Exploram-se, então, as várias definições atribuídas ao termo, elencam-se as características mais associadas a uma playlist por meio dessas definições e, por fim, determina-se uma definição que satisfaça sua condição de uso atual enquanto preserva seu percurso histórico. O objetivo central é buscar uma definição específica, delimitadora e não generalista, de maneira que seja adequada à prática cotidiana e não que, necessariamente, sirva a propostas comerciais ou técnicas de recomendação musical. Nesse sentido, a análise inspira-se na perspectiva materialista cultural de Raymond Williams (1980, 1983, 2015), tanto por buscar o significado das palavras por meio de seu uso histórico, como por considerar as condições de produção de sentido fundamentais para sua compreensão.

Assim, esta investigação é realizada com base na revisão bibliográfica sistemática de publicações científicas acerca do tema. Soma-se a isso uma busca por vestígios do aparecimento de seu uso como um recurso nos primeiros softwares de reprodução de MP3 em meados de 1995. Usada por desenvolvedores e entusiastas deste tipo de aplicativos, a playlist surge com o objetivo de organizar a audição em sequência das músicas em uma biblioteca de arquivos digitais. Até então, as músicas eram reproduzidas uma a uma, a partir da abertura do arquivo ou limitadas ao sequenciamento de CDs de compilações ou álbuns tradicionais.

De início, o emprego da expressão é difundido pela prática da programação musical radiofônica a partir de meados dos anos 1950, nos Estados Unidos (BREWSTER; BROUGHTON, 2014; FRITH, 1982). Naquele momento, a playlist se caracteriza pela determinação de um repertório limitado de músicas a serem reproduzidas pela rádio durante um período (normalmente uma semana), hierarquizadas pelo número de reproduções realizadas ou a serem realizadas no ar pelo DJ ou pela estação. Este repertório era escolhido com base em um direcionamento da mensagem radiofônica a uma fatia de público específica, com base na personalidade do comunicador do rádio ou em diferentes percepções sobre o perfil de público retiradas de pesquisas de audiência. Portanto, deveria representar uma personalidade para a emissora ou o próprio comunicador que estivesse de acordo com a personalidade de audição ou consumo daquele público (HESBACHER, 1974).

É da relação entre estas duas aplicações, uma que se refere à organização da audição pessoal de arquivos digitais e outra do planejamento e registro da radiotransmissão massiva de um repertório, que surgirá o significado corrente de playlist: uma combinação de diferentes condições e significados atrelados ao ato de selecionar o que será ouvido por si ou por outros. Assim sendo, os atos de selecionar, colecionar e oferecer estão na base da produção da playlist e de seu conceito.

Por conseguinte, destaca-se que, em todo o universo de sentido humano, a classificação, hierarquização e enumeração é uma prática comum e, em diferentes apresentações, resulta em uma lista. Umberto Eco (2010), analisando as listas no campo da arte, nas obras, na seleção de obras e na curadoria de diferentes coleções e exposições, explora as categorizações e lógicas da construção das listas. Para o autor, toda lista traz consigo a “vertigem” de sua possível infinitude, uma fonte de inspiração artística que força o sujeito a buscar seus critérios de fechamento. A seleção musical, com efeito, é também um processo de estabelecimento de limites materiais e simbólicos a uma experiência de audição musical confrontada pela “infinidade” de possibilidades de seleção.

Do ponto de vista prático, uma lista é manifestação formal de um conjunto ou coleção. Diante da necessidade de se definir um grupo qualquer, estabelecem-se critérios de identificação e registro dos integrantes deste grupo. Assim, uma lista não é, necessariamente, apenas uma composição verbal, mas pode ser também sonora e visual. Em sua base, não é apenas sua forma, mas seu conteúdo agrupado. Entretanto, necessita tomar uma forma para ser compreendida como um conteúdo específico.

A prática da listagem anda lado a lado da produção comunicacional e artística. Entretanto, o uso da expressão playlist por si só não é limitado às práticas de ouvintes de música e rádio. O uso profissional radiofônico, a denominação dada por software e hardware de reprodução de MP3 e a aplicação do termo pelas plataformas de streaming exigem que a playlist seja tomada teoricamente, ou seja, exigem uma definição conceitual. Essa exigência se faz ainda mais necessária diante de sua inscrição na comunicação como prática prescritiva, já que, quando este conceito é utilizado, um conjunto de sentidos está atrelado a ele. Sentidos que não se limitam a uma simples lista musical ou catálogo, bem como ao fato de as consequências de sua inscrição material e simbólica serem sentidas e estruturadas em âmbitos econômicos, políticos e culturais do cotidiano social.

Por conseguinte, uma playlist não poderá ser entendida como qualquer tipo de sequência musical. Um álbum original e gravado a partir da criação de um artista ou o repertório utilizado por um músico em uma apresentação ao vivo, contêm, claramente, uma lista de músicas. Podem ser chamados de playlists? Busca-se demonstrar que não. Normalmente associa-se a playlist um conjunto de formas de agrupamento musical específico. Mas o que determina o uso deste nome ou outro é justamente aquilo que torna cada um destes agrupamentos um tipo característico, e não a mesma playlist em todos os casos.

De maneira não sistematizada em sua maioria, as definições de playlist são dependentes de pressuposições sobre a audição musical ou sobre o assunto pesquisado. Entretanto, definições explícitas aparecem em 20 das 48 referências analisadas na revisão bibliográfica. Nota-se também que, das 48, 21 situam-se na comunicação, lidando com publicidade, marketing, rádio e na interface com a música, e 17 são da área da computação. Isso indica que este é um termo interdisciplinar, mas prioritário para a discussão tecnológica e comunicacional, principalmente para a prescrição cultural.

A pesquisa permitiu uma categorização da forma como se entende a playlist, num panorama histórico que envolve trabalhos publicados entre 1974 e 2017. Evidenciou-se o crescimento do interesse pelo assunto ao longo do tempo, com apenas cinco trabalhos antes dos

anos 2000 e uma alta concentração nos anos 2009, 2013 e 2016, quando seu uso e a convergência das aplicações mais comuns começam a se consolidar.

Na computação, as preocupações estão focadas precisamente no desenvolvimento de softwares e sistemas para a construção automática de listas de reprodução. Neste campo, nenhuma publicação anterior a 2000. Os trabalhos da comunicação, por sua vez, abordam a programação musical no rádio e as novas experiências das audiências nos contextos contemporâneos. Despontam as questões radiofônica e musical, com sete cada. Todos os artigos publicados antes de 2000 são da área da comunicação.

Esses dados sobre o crescimento do interesse, as áreas envolvidas e seus conteúdos exprimem a relação entre a digitalização e a preocupação com as playlists. É a partir do surgimento das formas de acesso por redes de computadores que se ampliam pesquisas sobre a automatização da organização de fonogramas e com as formas de recepção dessas ofertas. Além disso, este é o momento quando se reafirmam preocupações sobre a programação radiofônica, realizadas em paralelo à busca de diferentes modelos de difusão para a indústria fonográfica e inseridas no contexto de desregulamentação do rádio, de reconfiguração das indústrias de mídia frente à internet e das possibilidades de produção musical independente (DE MARCHI, 2016; KISCHINHEVSKY, 2007).

No campo comunicacional, conforme citado, o desenvolvimento e a origem de uso da playlist estão ligados ao estabelecimento do rádio formato – *format radio*, ou seja, do rádio musical “segmentado” que buscou reduzir seus custos de produção por meio da programação de música gravada, em oposição aos programas de variedades em auditórios e música ao vivo, e identificar seus públicos de acordo com uma narrativa coerente, que se diferenciava do rádio generalista ou do rádio educativo de linguagem formal e programação erudita (KISCHINHEVSKY, 2007). Essa prática despertou as primeiras reflexões sobre os efeitos da playlistização para o público, para a música e à própria indústria, além de evidenciar problemas de critérios de programação e controle sobre a seleção musical e pagamentos de direitos, como o *payola* ou jabá, a partir do que foi ou não veiculado (HESBACHER, 1974). Apesar disso, na comunicação, ao contrário da computação, as definições são dadas através de pressupostos e não de uma redação conceitual clara e formalizada. Dos 20 trabalhos que se dedicam a um esforço nesse sentido, apenas três fazem este movimento (DIAS; GONÇALVES; FONSECA, 2016; HESBACHER, 1974; NYRE, 2015). No caso de Ricardo Dias, Daniel Gonçalves e Manuel J. Fonseca (2016), a pesquisa está situada em uma discussão interdisciplinar entre comunicação e tecnologia sobre a construção da playlist em específico, ou seja, não diretamente

confrontada pelas preocupações do campo da comunicação e mais alinhada às possibilidades de desenvolvimento de recomendações automáticas.

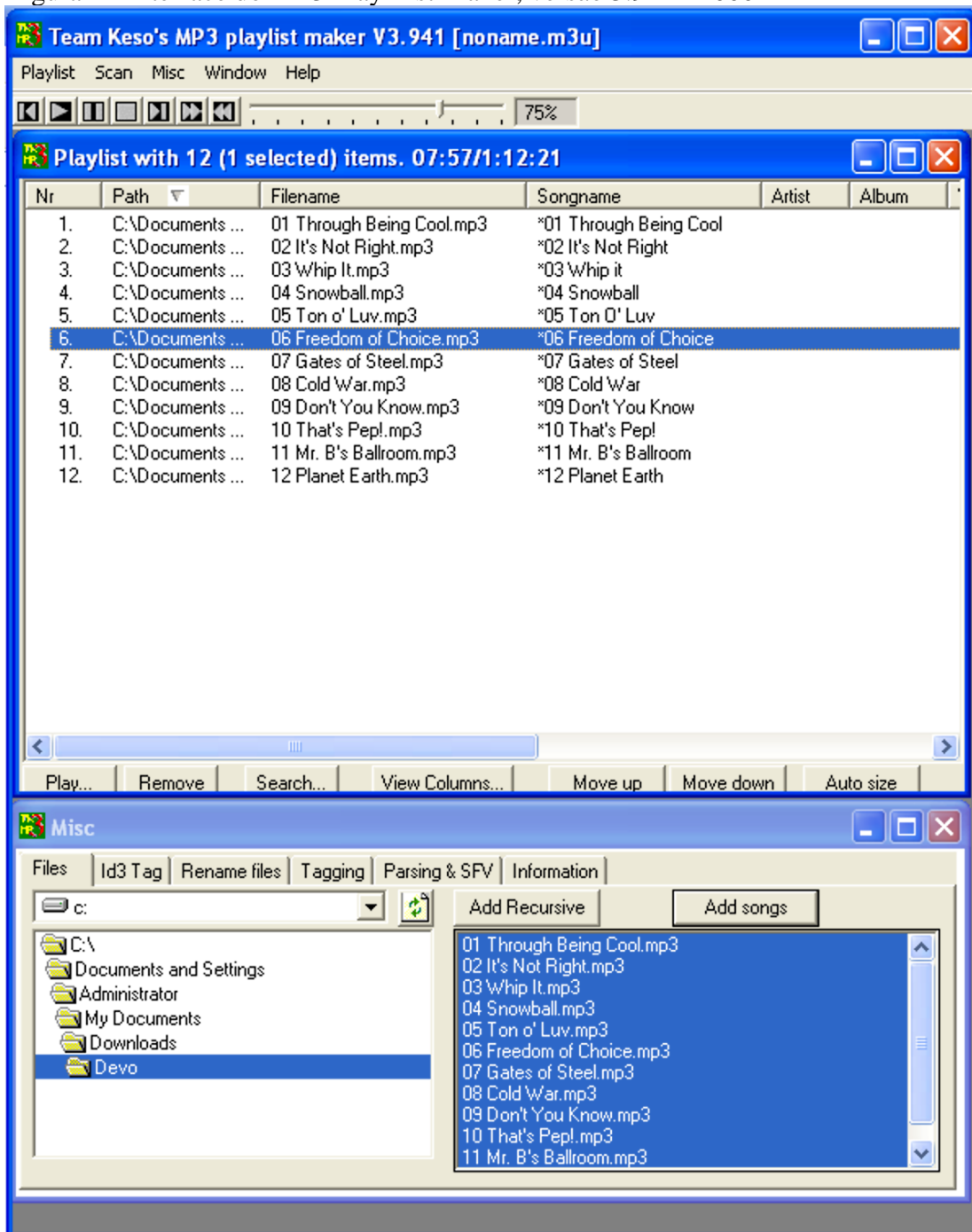
Na computação, uma preocupação com o conceito de playlist é mais explícita. Incluindo buscas pelo estado da arte das definições e históricos do conceito para contextualizar as abordagens para automação de playlists somadas à tentativa de postular uma definição conceitual (BONNIN; JANNACH, 2014). O destaque à dificuldade de definições é que dá pistas para uma consolidação de um significado no uso cotidiano da playlist. A partir dos downloads de MP3 e da audição da música no computador, diferentes softwares de reprodução começam a disponibilizar o recurso da playlist, que permite seleção das músicas a serem reproduzidas, sua colocação em lista separada da biblioteca completa do usuário e, por consequência, a determinação da ordem ou do conjunto de canções aceitáveis a serem reproduzidas em uma dada circunstância. As playlists, agora, não são a seleção profissional de um cardápio musical, mas um recurso de organização pessoal de uma biblioteca. Na Figura 1, pode-se observar a interface do WinPlay3, versão 1.0, primeiro player de MP3 disponível ao usuário comum, cuja função era reduzida à abertura e reprodução de um fonograma por vez, sem a possibilidade de fazer uma lista ou reproduzir arquivos em sequência sem que houvesse intervenção do usuário. Na Figura 2, uma das primeiras proposições de “playlistar” o playback realizado pelo WinPlay3, o MP3 Play List Maker, criado em 1996.

Figura 1 - Interface do Winplay3, versão 1.0 - 1995



Fonte: FRAUNHOFER ISS, 1997

Figura 2 - Interface do MP3 Play List Maker, versão 3.941 - 2000



Fonte: SASSNER, 2000 - Imagem capturada pelo autor

O WinPlay3 mostrava informações sobre a codificação e decodificação do arquivo, recursos para reprodução como play e pause e algumas opções relacionadas ao hardware do processador utilizado. Com o MP3 Play List Maker não era possível reproduzir os arquivos. Nele, o usuário localizava os arquivos MP3, selecionava e inseria aqueles que lhe interessava em uma lista de arquivos e usava o software para controlar a reprodução no WinPlay3, e posteriormente, em outros reprodutores como o Winamp. Alguns softwares subsequentes ao

WinPlay3 deste período incluirão ou terão desde seu lançamento o recurso de criação de playlists como o Winamp, o Apollo, o Nad e o SoundApp no sistema MacOS²⁷.

A partir destas duas perspectivas, do rádio e da computação, em uma linha temporal, apresenta-se uma evolução das abordagens de playlist, as preocupações que permeiam as definições ao longo do tempo e destaca-se a passagem de uma ênfase comunicacional para uma computacional. Ou seja, são realizadas simultaneamente duas clivagens, a temporal e a de campo, pelas áreas em que aparecem mais publicações: comunicação e tecnologia. As demais áreas que concentram poucas publicações aparecerão no contexto temporal em que foram publicadas.

Iniciam-se assim as definições ou pressuposições de uso a partir da década de 1970 até o início dos anos 1990. De cara, os estudos de programação dominam este período, preocupados com a compreensão da playlist para a efetividade, controle ou fiscalização e a sua importância para o rádio. Peter Hesbacher (1974), discutindo diretamente as possibilidades e limitações do registro de transmissão musical por meio da playlist, a define como um relatório das faixas transmitidas por uma estação, enquanto John Meenaghan e Peter Turnbull (1981) inferem a mesma definição a partir da área do marketing e dos ciclos de vida de produtos. Chegando aos anos 1990, continua a ênfase nos estudos de programação e registro, na área do marketing com Jody Berland (1990) e uma investigação da área da música sobre o relacionamento do rádio com gêneros musicais, especificamente a *country music* com Aaron Fox (1992). Aqui, aparece a playlist deduzida como o instrumento do *format* radio, suas delimitações de tempo e número de faixas, identidade e relacionamento com ouvinte. Ou seja, os poucos trabalhos que definem ou inferem uma definição para a playlist se referem, todos, à programação radiofônica relacionando-a com a noção de repertório disponível à transmissão ou relatório de transmissão. Como Hesbacher é o único que declara e discute uma definição, ele concentra mais estas características, mas é possível verificar a tendência geral em destacar como marcas da playlist, além dos pontos já descritos, as preocupações sobre capacidade de decisão sobre o que compõe o repertório radiofônico, a hierarquização desta composição, uma duração determinada para a playlist – representada pela programação de 24 horas e semanal – e sua identificação para o mercado ou ouvinte, este um ouvinte planejado e imaginado previamente.

A partir dos anos 2000, há um aumento considerável das publicações, como já destacado. Assim, em vez de explorar todos os estudos e suas abordagens num período extenso, fecham-se ciclos de cinco anos e os pontos principais. Neste período, no campo da

²⁷ Para uma exploração mais detalhada do recurso da playlist nestes softwares, ver Seção 0.

comunicação, figuram ainda os estudos de programação, com ênfase para as tomadas de decisão e o papel do editor/programador neste processo decisório (AHLKVIST; FISHER, 2000). O destaque, porém, fica com a predominância dos estudos de software e tecnologia, um deles na interface com a musicologia. Nesse sentido, mantém-se a pressuposição de perfis de ouvinte e a duração determinada, mas passam à frente dois elementos primordiais capitaneados pela lógica digital, a preocupação com a ordenação das canções e a ênfase na personalização da playlist. O ouvinte imaginado, infere-se, deseja que sejam construídas playlists para o indivíduo e sua experiência contextual. Na virada do milênio, busca-se compreender essa personalização e contextualização, ou propor-se a capacidade de responder a essa demanda. As definições claras e declaradas para playlist são genéricas: uma sequência de arquivos digitais de música preferidos ou simplesmente uma sequência de faixas (ROUSSEAU; ALAINBONARDI, 2003; TATESON; BONSMMA, 2003).

A partir de 2005, aumenta dramaticamente a concentração de trabalhos que referenciam o conceito de playlist, em torno dos picos já comentados anteriormente. Na comunicação, a discussão fica em torno da diversidade, promoção e difusão musical (NEGUS, 2008). O restante está ligado à tecnologia e ao desenvolvimento de softwares. A personalização torna-se preocupação e característica central da playlist, além de aparecerem referências à descoberta e à novidade como fatores de avaliação e também surgir a ênfase na tematização ou objetivo temático como definidor da playlist: uma playlist é construída com um objetivo em mente ou um tema que congrega o grupo de músicas. Mantém-se a noção de que a construção da playlist pressupõe pesquisa e conhecimento musicais e destaca-se, novamente e com ênfase, a necessidade de ter uma sequência pré-classificada (BACCIGALUPO; PLAZA, 2006; CRAMPES et al., 2006; GOTO; GOTO, 2009; ORIO, 2006). Quem melhor sintetiza essa fase são Steffen Pauws, Win Verhaegh e Mark Vossen (2008), determinando que a playlist é uma sequência das músicas certas na posição certa que podem ser reproduzidas de uma vez, com base em critérios dos objetivos da playlist, como emoções, horas do dia ou temas.

A primeira metade da década de 2010 testemunha o crescimento e o início da consolidação dos serviços de streaming. As playlists agora não são apenas digitais, construídas para ofertas de downloads ou organizadoras de bibliotecas locais dos ouvintes. São ofertas de transmissão em bibliotecas amplamente mais numerosas que as locais. As características se mantêm, incrementando-se a ênfase em alguns aspectos. Na comunicação, são destacadas preocupações com a diversidade, descoberta e tematização. Junto a isso, atenção é dada ao cuidado profissional e à credibilidade das ofertas de playlist na pesquisa de Jeniffer Lee Sano-Franchini (2010). Na computação, ter uma duração determinada, ser centrada em um tema e ter

uma ordenação também são repetidas nessas proposições (STEWART; SANDLER, 2011; WANG et al., 2014). Observa-se uma sedimentação destas características, sem o surgimento de novas categorias explicativas para o que compõe uma playlist. Além disso, a separação entre áreas fica mais analítica do que efetiva, já que muitas se repetem entre as áreas. Curiosamente, a playlist como relatório ou repertório radiofônico ressurgiu nas áreas do marketing (SWEETING, 2010) e da linguística (LIVNAT, 2011), após ter aparecido apenas no início dos anos 2000 nas pesquisas radiofônicas. Essa nova ênfase em um repertório à disposição reflete a recuperação da atenção sobre a transmissão em fluxo realizada no rádio, agora reinserida na construção da playlist pelo streaming.

Destaca-se neste período uma importante contribuição para a compreensão da playlist automática, mas que também suscita um ponto crítico das definições pelo viés da computação, a sua generalidade. Bonnin e Jannach (2014, p. 2) realizam uma revisão completa sobre o assunto na área da computação, partindo de uma definição de playlist altamente genérica: "uma sequência de faixas (gravações de áudio)". Observando que o uso da expressão na bibliografia sobre o tema não é consistente, os autores destacam a contradição entre agrupamentos de canções sem uma ordem particular serem considerados por alguns estudos como playlists, enquanto outros separam a abordagem aleatória como playlist e o sequenciamento como "mix". Sua definição agrupa as duas possibilidades e se aplica aos vários propósitos e aplicações de playlists, incluindo: playlists de rádio, produzidas por profissionais, contendo músicas de alta popularidade e estilo homogêneo; playlists de rádios web ou web rádios personalizadas, que são produzidas na interação com os ouvintes e, por consequência, distintas e variadas das produzidas para o rádio hertziano; playlists amadoras, com propósitos variados; playlists de DJs para casas noturnas, focadas na possibilidade da dança; *tracklists* de álbuns e outros formatos que sequenciam uma obra, pelas mãos do artista ou das gravadoras e *tracklists* de compilações, como coletâneas. A partir dessa generalidade, busca-se dar consistência à definição em uma abordagem computacional cujo objetivo é determinar quais informações serão processadas por um computador para a criação de uma playlist. Apesar de contribuir para um panorama das variadas definições e estratégias algorítmicas de construção da playlist, os autores ignoram que, no cotidiano, a expressão delimita um objeto específico ou, ao menos, é predominantemente usada para se referir a alguns destes tipos de listagem e não a todos, já que estes têm suas próprias denominações, como *tracklist*, *setlist*, coletâneas e, obviamente, álbuns. Ou seja, é uma definição marcada pelo pensamento computacional, buscando inputs,

outputs e tipos de processamento.²⁸ Por essa razão, evidenciam o esforço em conformar qualquer lista musical aos procedimentos computacionais.

Finalmente, de 2015 até 2017, a dedicação, atenção, profissionalismo e o desafio de organizar vastas bibliotecas de fonogramas para um ouvinte imaginado são destacados. Começam a surgir ênfases na discussão sobre o tema ou objetivo que envolve a audição da playlist, principalmente no sentido contextual: a playlist, por meio da recomendação automática, deve levar em conta o contexto geográfico e temporal do ouvinte. Aparecem pressuposições sobre gosto e preferência musical, e o sequenciamento ou ordenação diminuem sua presença. A produção da playlist também aparece como algo a ser resolvido a partir da inovação (LIN et al., 2015; ROIG-MARIN, 2016).

É neste período que outras perspectivas de estudo da playlist contribuem para o avanço da problematização da playlist, calcadas nos históricos de uso do termo e da prática cotidiana de sua produção. Dias, Gonçalves e Fonseca (2016, p. 5, tradução nossa) privilegiam as características definidoras de uma playlist ao tecer a seguinte definição: "uma sequência arbitrária de canções destinadas à audição como um grupo e que se encaixam em um certo tema ou propósito, seja para a reprodução individual ou compartilhada."²⁹ Aqui, mais uma vez, há uma tentativa de manter mixtapes, álbuns, sets e playlist juntas, argumentando-se que a maioria de suas características são compartilhadas. Mais uma vez, porém, ignora-se que quando se deseja destacar que uma lista é diferente e tem qualidades específicas, utiliza-se outro nome, no caso, mixtape. Essa marca distinta da mixtape pode ser vista na estratégia retórica do Spotify (Figura 3), ao chamar sua playlist personalizada Descobertas da Semana de "sua mixtape semanal". Ou ainda, declarar as playlists do seu serviço "as mixtapes do futuro" (ENOCH, 2010). Se essas listas fossem a mesma coisa, qual seria o sentido retórico de se aplicar tal nome a uma playlist explicitamente automatizada?

²⁸ Essa discussão será feita novamente no Capítulo 0, na análise do pensamento computacional e na discussão dos modelos de computação da playlist automática.

²⁹ Do original: A playlist is an arbitrary sequence of songs meant to be listened to as a group and that fit a certain theme or purpose either for individual reproduction or sharing.

Figura 3 - Página brasileira das Descobertas da Semana ou Discover Weekly



Fonte: SPOTIFY, 2019a

Os autores enfatizam o aumento das dificuldades de organização musical frente à ampliação do acesso e oferta “infinita” dos serviços de streaming, atribuindo uma função para além de “agregar canções de um artistas, gênero, propósito ou tema específico, mas que também são uma maneira de diminuir o peso da navegação por essas coleções e promover o status social de criadores de playlists”³⁰ (DIAS; GONÇALVES; FONSECA, 2016, p. 5, tradução nossa). Em seu panorama histórico, a partir de Pierre-Antoine Kremp (2010), os autores defendem que a ideia de sequenciamento ou curadoria musical se origina a partir da definição de repertórios de orquestras americanas durante século XIX e a introdução de preocupações em termos da seleção ou não de novos compositores para o programa, além das noções de coerência e mistura na programação destes concertos. Essa ideia é também sustentada por Benjamin Fields (2011) em seu sucinto, porém informativo histórico da playlist como recomendação musical. Entretanto, essas obras destacam que a expressão em si tem seu uso iniciado décadas depois, o que faz sentido, já que o termo playlist não aparece no trabalho de Kremp, nem no de William Weber (2001) que também sustenta o entendimento dos princípios da aplicação de noções de curadoria à programação de concertos musicais em orquestras em torno dos anos 1850. Por isso mesmo, é importante destacar que, segundo os dados obtidos e a literatura sobre programação radiofônica, o desenvolvimento do conceito de playlist é efetivamente ligado às preocupações com o registro e a programação de transmissões radiofônicas no século seguinte. Na busca por uma definição que abarque qualquer seleção musical, os autores, a exemplo de Bonnin e

³⁰ Do original: Playlists are used not only to aggregate songs about a specific artist, genre, purpose or theme, but also as a way to leverage the burden of having to browse these music collections through the different perspectives of their content and to promote the social status of the playlist creators.

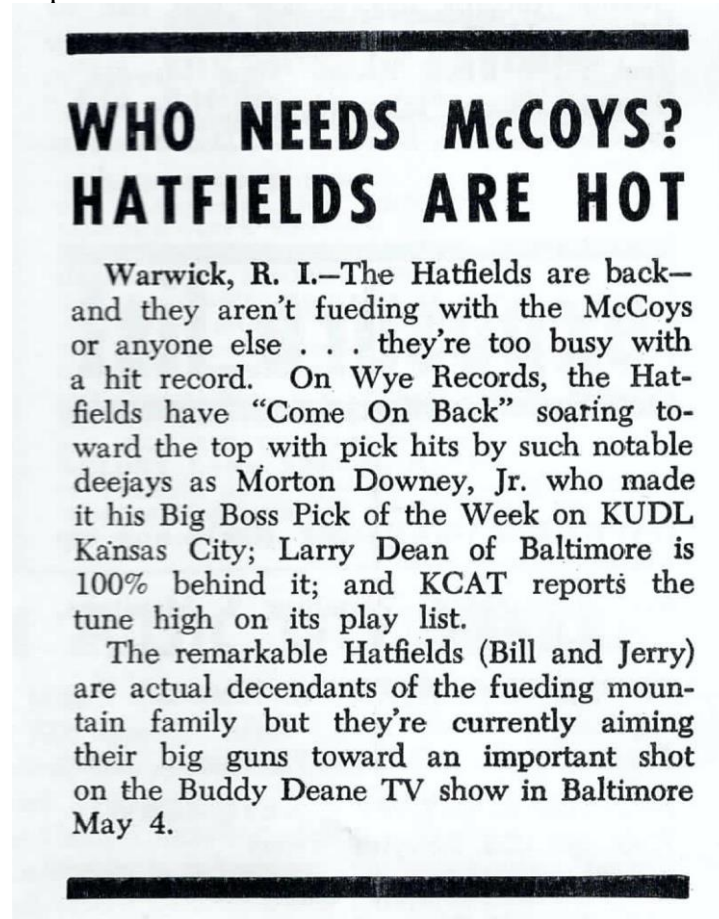
Jannach (2014), acabam por listar padrões que se encaixem em sua definição preestabelecida, ao contrário de buscar uma definição a partir de padrões de seleção musical das condições de vida prática cotidiana.

Fields (2011) e, também, Dias, Gonçalves e Fonseca (2016), afirmam que o termo é utilizado pela primeira vez para se referir a um grupo desordenado de canções em uma data indeterminada durante o pós-guerra. Essas afirmações são referenciadas à obra de Brewster e Broughton (2014), que, apesar de fazerem um excelente histórico da figura dos DJs, desde as primeiras transmissões de música gravada pelo rádio e uma descrição de seu papel prescritivo, não mencionam a introdução do termo como os autores indicam. Registros de paradas de sucesso, processos de seleção, personagens e efeitos de sua atuação são explorados, mas não a definição. Assim, esses autores associam à playlist a personalidade e o gosto dos DJs, pela ideia de “mixagem contínua” – apagamento dos espaços entre canções – e por influência do formato de fitas cassete, que ampliou a capacidade de combinações e reordenamentos e o surgimento da mixtape. Entretanto, pretende-se argumentar que não é o caso, já que a mixtape é uma seleção diferente, com características próprias determinadas por restrições físicas e temporais, éticas de seleção de predominância afetiva e contextos de reprodução mais restritos, ainda que compartilhe algumas características com a playlist. Basta pensar em termos de experiências e valorização. Uma fita ou CD gravado, com sua materialidade, limitações físicas de tempo, necessidade de uma tecnologia específica para reprodução, sua capa em papel e sua entrega realizada pessoalmente, não tem o mesmo significado que uma playlist compartilhada pela internet, com contextos específicos de audição, temporalidade arbitrariamente definida pelo prescritor, imagens móveis e interação mediada digitalmente.

Assim, apesar da pesquisa extensa, a origem efetiva do uso do termo mantém-se obscura. Sabe-se, pelas referências citadas e pelas narrativas sobre a programação do rádio, que seu uso tem origem na “era de ouro” do rádio e dos DJs como verdadeiros *gatekeepers* da música popular durante os anos 1950 e 1960, que culminaram inclusive nas legislações sobre pagamento de promoção de discos que limitaram seu poder (FERRARETTO, 2001). Confirma-se esta relação com base em Hesbacher (1974), que discute a questão da playlist como um relatório de transmissão radiofônica. Na busca por publicações de que constasse o termo, para evidenciar seu uso neste contexto, a menção mais antiga encontrada foi em 1963 (Figura 4), em comentário acerca de uma canção e seu sucesso na seleção de alguns *deejays* e sua alta posição na *play list* da rádio KCAT (WHO..., 1963, p. 25). Não se pretende afirmar que este é seu primeiro uso, nem em publicações ou no uso corrente. Não foram encontradas documentações

que deem certeza do momento em que a expressão começou a ser usada. Entretanto, este serve como ilustração de seu uso no contexto apresentado pelos autores explorados anteriormente.

Figura 4 - Nota sobre The Hatfields na Music Reporter - 11 maio 1963



Fonte: WHO..., 1963

Procede então que, enquanto o uso histórico é originário do rádio em meados do século XX, e se faz necessária uma distinção entre as diferentes listas musicais empregadas industrialmente ou não, os esforços de pesquisa levantados exibem certa coerência. Com base nisso, é importante explorar uma tipificação realizada por estes estudos. Dias, Gonçalves e Fonseca (2016) realizam uma categorização que, como em Bonnin e Jannach (2014), procura abarcar todo tipo de seleção musical. Identificando padrões entre a tipificação da pesquisa de Bonnin e Jannach e o trabalho de Fields (2011), buscam demonstrar que os tipos de playlist podem ser caracterizados pela relação entre emissores – produtores das playlists – e receptores. Sua tipificação é apresentada na Tabela 3.

Tabela 3 - Caracterização dos diferentes tipos de playlists baseada no relacionamento entre o criador e o ouvinte da playlist

Tipo de Playlist	Tipo de Relacionamento	Descrição
Playlists de rádio hertziano	Profissional/Especialista para Ouvinte	Feitas por DJs em estações de rádio
Playlists personalizadas de rádio	<i>Peer-to-Peer</i>	Geradas por empresas eletrônicas de música
Playlists Amadoras	<i>Peer-to-Peer</i> ; Ouvinte para si mesmo	Feitas por entusiastas musicais não profissionais
Playlist de <i>Clubs</i>	Profissional/Especialista para Ouvinte	Feitas por DJs em casas noturnas ou festas
Listas de faixas de álbuns e de compilações	Profissional/Especialista para Ouvinte	Feitas por Artistas ou Gravadoras

Fonte: DIAS; GONÇALVES; FONSECA, 2016, p. 6, tradução nossa

Essa classificação atende aos objetivos inclusivos das definições destes autores, mas torna-se insuficiente por levar em conta apenas a figura de seus atores mais imediatos – produtores e receptores. Ao se considerarem outros elementos elencados a partir do panorama delineado anteriormente, identifica-se que o grande problema desta classificação é que ela ignora os processos de produção de cada uma destas listas e, apesar de considerar os espaços em que são produzidas e a relação entre os personagens envolvidos, desconsidera a materialidade do suporte e a habilidade de audição das músicas em sua preparação e as condições de pesquisa e conhecimento pelas quais passam diferentes tipos de profissionais e amadores – é possível fazer essa distinção? – para sua prática, além da especificidade de cada um destes produtores. Por exemplo, playlists feitas por entusiastas não profissionais podem ter como objetivo serem tocadas em casas noturnas, ou ainda tornarem-se um álbum de compilações e podem ser reproduzidas dessa forma tanto quanto as listas feitas para uma casa noturna por profissionais podem ser usadas como playlists pessoais. A questão é justamente que as listas feitas para uma casa noturna não possuem um registro em si, são produzidas em um processo que envolve coleta e planejamento, mas são altamente dependentes da relação, em pessoa, entre DJ e audiência e justamente por isso não são comumente chamadas de playlists, mas de *sets* ou *setlists*. Quanto aos álbuns e compilações, os próprios autores elucidam este problema, chamando essas listas de *tracklists* e não de playlists, justamente pelo primeiro nome ser mais apropriado.

Apesar disso, o destaque ao relacionamento de produtores e receptores traz uma importante contribuição, pois exige que a definição de playlist atente para a necessidade de se adequar às demandas de um ouvinte imaginado. Desde a playlist radiofônica, passando pela playlist pessoal e chegando às playlists automáticas, a pressuposição sobre quem é o decisor ou avaliador final sobre a qualidade da experiência de audição da playlist, sua adequação ao que se espera de uma lista está concentrada no ouvinte/usuário. Isso significa que a seleção musical

é feita de maneira a suprir essa demanda, seja pelo perfil sociodemográfico da segmentação radiofônica, seja pelo histórico de audições o usuário do streaming.

Assim, ainda que aqui não se proponha estudar o consumo, em pesquisas desenvolvidas a partir deste ponto do circuito comunicacional e sobre avaliações e lógicas de escuta observa-se que a playlist aponta para a questão da descoberta de músicas, ou seja, a audição de canções inesperadas ou nunca ouvidas com atenção a partir das playlists oferecidas. Anja Nyly Hagen (2015, p. 4, tradução nossa) analisa o comportamento de criação de playlists pessoais e o significado dessa prática por ouvintes de serviços de streaming na Noruega. Neste caso, a definição para o conceito não é dada com clareza. Entretanto, um tema pode ser delineado pela argumentação e pela perspectiva adotadas: agrupamento de músicas de acordo com gosto, tema ou situação apropriada. O interesse de sua pesquisa está na maneira pela qual “as pessoas ainda conseguem ‘coleccionar’ música na era dos serviços de streaming”³¹ a partir da compreensão das “lógicas, estruturas e preferências de usuários individuais no que diz respeito à criação de conteúdos, organização e uso da música nesse contexto digital relativamente novo”. Essa questão é reforçada pela contribuição à compreensão dos aspectos de “coleção” e “curadoria” que, segundo a autora, estão relacionados à prática de construção de playlists pessoais. Principalmente a ideia de que a curadoria não significa a organização de uma oferta/produção de arte ou conteúdo, mas o aspecto simbólico do ato de colecionar. O sentido do conceito de playlist está mais ligado às experiências simbólicas que acompanham a música ou que articulam o gosto musical do que propriamente a ordenação de músicas de acordo com um critério específico.

A ideia de curadoria explorada pela autora depende da forma como usuários destacam, categorizam e organizam certos conteúdos em coleções disponíveis, através das plataformas on-line, para outros que fazem o mesmo com tais conteúdos e outros ouvintes. Essa prática é construída na base de conhecimentos e capacidades sobre assuntos, atividades e relações sociais que constituem um valor especial para os indivíduos que a praticam. Para uma definição de playlist, destacam-se os resultados obtidos em torno de funções de audição aleatória, aquelas que oferecem automaticamente a reprodução de músicas segundo um determinado critério, que aparecem com forma de evitar escolhas ativas de audição ou na audição casual, indicando o processo pelo qual a automação das ofertas se relaciona com valores específicos de recepção (HAGEN, 2015).

³¹ Do original: how people still manage to “collect” music in the age of the streaming service. (...) user logics, structures, and preferences regarding content creation, organization, and music use in this relatively new digital context.

Esta característica afasta, mais uma vez, a playlist da mixtape, pois a construção desta última é prioritariamente focada na relação entre emissor e ouvinte, no encontro comunicativo e afetivo a ser proporcionado por essa audição, que inclusive é compartilhada entre estes dois sujeitos na definição específica de classificação e universo de sentido em torno do objeto em que essa ordem é registrada. O peso emocional e afetivo da mixtape é concentrado em um aspecto muito mais pessoal do que o da playlist.

Já William Hampton-Sosa (2017, p. 448, tradução nossa), procura mais uma vez aproximar as duas declarando que as playlists são “o equivalente digital às mixtapes que eram muito comuns durante a era analógica de fitas cassete”, porém não atenta que, ao declarar que “a habilidade de criar playlists permite aos usuários serem espontâneos e criar temas em torno de ideias e emoções (...) dando a oportunidade de brincar, o que contribui para a criatividade e comunidade”³², basicamente reitera uma mudança nas condições de produção da playlist. É importante ressaltar ainda que este sequenciamento pode ser reconfigurado e adaptado de acordo com as mudanças de condições contextuais do ouvinte ou sua própria reação diante da audição apenas na playlist, algo que é impensado na mixtape, dada sua fixação em um registro material ou seu peso emocional.

Deste panorama de definições e usos, o que se desenha é um movimento da definição de playlist partindo de um procedimento de registro e seleção de repertório profissional para uma ação de planejamento da escuta pessoal ou profissional, De uma comunicação de mercado, focada na identificação de e com públicos, para uma comunicação individualizada, personalizada de acordo com parâmetros contextuais e temáticos. Se mantém, ao longo do tempo, os elementos de sequenciamento e organização temporal. Assim, o que se percebeu no universo de definições dadas à playlist foi a recorrência de três temas centrais, que orientam o raciocínio empregado no uso da expressão. São eles:

- a) Organização profissional da programação do rádio: a playlist é entendida como um agrupamento estratégico de músicas por parte de emissoras de rádio, levando em conta a participação da audiência, pesquisas de público e informações da indústria sobre artistas e/ou gravações específicas. A ordenação não recebe destaque, e assim são incluídas audições aleatórias, decisões empresariais e momentâneas sobre as músicas que são, ou não, incorporadas a

³² Do original: Playlists are the digital equivalent of the mix tapes that used to be very common during the analog era when cassette tapes were the popular medium. The ability to create playlists allows users to be spontaneous and create themes around ideas and emotions. The ability to create playlists affords users the opportunity to play, which contributes to creativity and community.

uma programação em fluxo, sem esquecer dois detalhes importantes: o *format radio* prevê uma hierarquização de músicas a serem tocadas mais vezes, e o sequenciamento é executado *in loco*, no momento de veiculação, procurando evitar, por exemplo, que a mesma música ou artista toque em sequência;

b) Seleção de músicas baseadas em alguns critérios recorrentes: seja pela descoberta, pela variedade ou pelos temas selecionados por usuários, estudos definem de maneira menos profunda a playlist, considerando como critérios de julgamento elementos internos ao fonograma, como o andamento, tons, timbres e outros. Preocupam-se menos com a definição de playlist e mais com seu processo de criação. O aleatório e a ordenação aparecem como relevantes, sendo duas formas diferentes de consumo da mesma seleção;

c) A melhor organização possível de uma experiência musical em um dado contexto: aqui aparecem as propostas de recomendações automáticas e avaliações sobre a efetividade de tais recomendações com base em critérios como o tempo de audição, a desistência de uma música, o compartilhamento da música ou da playlist etc. Também entram aqui discussões sobre a subjetividade, efeitos psicológicos, gosto, hábitos de audição, coleções e as várias formas de compartilhamento. A maioria dos trabalhos situou-se nesse campo, demonstrando uma definição de playlist que leva em conta a organização sequencial das músicas e uma avaliação com base em pressuposições sobre a audição musical. Isso será representativo para a definição redigida aqui e, mais tarde, para a análise da playlist automática.

Além dessas características fundamentais, podem-se dividir os elementos que definem a playlist neste discurso especializado entre aqueles que se referem à lista em si, a seu processo de produção e, ligados a estes, a seus objetivos, intenções e usos. Este enquadramento surpreende ao esclarecer distinções que contrariam discursos mais comuns sobre a digitalização do acesso à música quando relacionada a práticas analógicas, pois permite diferenciar o uso da playlist de outras listas musicais. Dessa forma, é possível afirmar que a playlist não é uma mixtape, nem um álbum e nem um set de música ao vivo. A playlist é primariamente midiática, construída na lógica industrial da difusão sonora da mídia radiofônica e da web e predominantemente procedimental – algorítmica – e tecnológica: dependente de ferramentas de acesso e gestão de fonogramas, predominantemente digitais. Um aprofundamento destes elementos é elucidador.

Quanto à playlist em si, nenhuma característica é unânime e todas elas podem ser aplicadas a diferentes tipos de listas. Entretanto, três particularidades se destacam. Como visto, o primeiro aspecto que caracteriza a lista é a preocupação com a relação entre as músicas, uma unidade simbólica que possibilita um sequenciamento entre elas. Para que uma playlist seja reconhecida como tal, de maneira geral, ela deve ter uma classificação, critério de agrupamento ou sequência ideal. Os critérios que determinam essa relação podem variar consideravelmente e revelam percepções sobre o tipo de experiência musical que se almeja.

Em segundo lugar vem seu relacionamento com um tema, contexto ou mensagem específicas. Uma playlist deve conter em si mesma um sentido coerente, cujas escolhas musicais devem representar. Este tema pode dar nome à playlist ou ajudar a relacioná-la a diferentes formas de busca, como artistas e gêneros musicais. Pode ser, ainda, extremamente planejada e profunda ou pode ser livremente relacionada a um contexto, sem exhibir um esforço criterioso. Entretanto, a playlist nunca é um mero banco de músicas; é sempre associada a um sentido ou conjunto de sentidos. Ou seja, não é um catálogo ou uma biblioteca disponível, mas uma mensagem em si mesma.

Por fim, um terceiro aspecto relevante é a ênfase na manutenção de uma variação ou não repetição de artistas, músicas ou outros elementos dentro da sequência. É necessário que se respeite uma classificação que não torne a audição sequencial monótona ou repetitiva. Assim, se uma duração pré-determinada pode permitir um melhor processo de seleção, essa duração aparece mais como uma prática de auxílio à produção do que uma característica fundamental. Além disso, a duração fixa pode ser vista de outra forma quando se refere à playlist radiofônica, em que se aborda essa questão não como a duração da sequência, mas sua capacidade de preencher uma programação, o que permite informar a possibilidade de combinações diferentes, sem que haja uma repetição próxima dos itens em um período de tempo. Neste caso ainda, a variabilidade ou os objetivos da playlist determinam sua duração, e não limitações técnicas, como no caso dos formatos físicos.

No que diz respeito ao seu processo de construção, outros três elementos são essenciais e, como comentado, enfatizam o afastamento da playlist de outros tipos de lista. Primeiramente, a construção da playlist é baseada no acesso imediato aos fonogramas, ou seja, a disponibilidade e facilidade de audição a partir de uma vasta biblioteca. Em segundo lugar, há uma ênfase na ética e em um conhecimento musical do responsável pela criação que deverá, como um terceiro elemento, pressupor um ouvinte imaginário daquela programação. Esses aspectos, diferentemente do que se possa imaginar, podem ser aplicados à playlist profissionalmente produzida por humanos, às feitas automaticamente por algoritmos ou àquelas pessoais, feitas

para uso próprio ou para recomendação. Mas afastam, em diferentes graus, outros tipos de listas, como álbuns de canções originais, cujo repertório é limitado à expressão artística e composições inéditas; sets de festas de DJs, cuja biblioteca é limitada por localização geográfica e acesso; além da habilidade de reprodução instantânea, impossível nas mixtapes, que exigem audição em tempo real para sua produção. Em qualquer caso, pressupõe-se a dedicação a uma pesquisa de seleção que, além de considerar as características mencionadas acima, deve também imaginar a audição por parte de um público alvo ao qual não se tem total acesso. Mesmo uma playlist feita para si mesmo imagina uma situação específica em que o ouvinte deverá se encontrar para que tal sequência funcione. Há, portanto, uma idealização do contexto e do ouvinte, uma imaginação de conjuntos de códigos compartilhados que permitem a comunicação dos sentidos da playlist. Tais características do processo delimitam a construção da playlist em um momento prévio, uma pré-inscrição, ou prescrição musical que depende de credibilidade, estudo e planejamento.

Por fim, quanto aos objetivos, destaca-se que a própria existência dessa categoria é também elemento constituinte da playlist, aquele que fecha seu entendimento como comunicação prescritiva: há uma intencionalidade da produção da playlist, intencionalidade esta que é simbólica, conforme os elementos anteriores atestam, e também intersubjetiva, baseada em repertórios comuns, ou interpretados como tais, a partir da pesquisa e aplicação de uma ética e estéticas musicais. No âmbito do rádio, estes objetivos estão ligados, em primeiro lugar, à organização administrativa da programação, a partir da definição de um repertório que deverá servir como banco de dados à programação efetiva ou como manifestação de relato do que foi efetivamente transmitido pela emissora. Em segundo lugar, um outro objetivo aparece não apenas no rádio, mas de maneira global: a produção da playlist serve também como dispositivo de mercado e publicidade, na construção de uma mensagem coesa sobre quem a disponibiliza e no sentido de determinar categorias de popularidade entre artistas, estúdios, gêneros e os próprios veículos.

Ou seja, o que torna a playlist algo diferente de uma mera lista, ou de outros tipos especiais de lista, é o seu processo e suas condições de produção e reprodução. A busca por uma definição específica deve levar isso em consideração. Essas condições são decisivas para uma especificação da playlist. De um ponto de vista geral, ou do consumo conforme visto, assume-se que a definição de playlist envolve seu uso na vida prática, delimitado por seus diferentes processos produtivos e características específicas de listagem musical. Assim, permitindo-se acumular um enquadramento mais fechado sobre o termo, define-se a playlist, a partir da definição de Dias, Gonçalves e Fonseca (2016), como um formato registrado de

sequenciamento arbitrário de músicas prontamente disponíveis, editado profissionalmente ou pessoalmente baseado em ferramental tecnológico, cujo objetivo é ser ouvido como um grupo e que se enquadra em certo tema ou propósito, para reprodução individual ou compartilhamento. Os grifos são as adições feitas à definição postulada pelos autores para afastar a confusão conceitual com outras formas de listagem musical.

Essa definição engloba o atual estado da seleção de repertório musical do rádio, altamente dependente de bibliotecas digitais e softwares de programação (BONINI; GANDINI, 2019b) e a construção de playlists pessoais ou profissionais em plataformas de streaming e em outros dispositivos, ao mesmo tempo em que inclui em sua base conceitual a dependência da capacidade instantânea de acesso ao fonograma, tanto em sua edição como em audição em dispositivo digital (computador de mesa, laptop, smartphone etc.). Mesmo as playlists repertório, do rádio hertziano, dependem de ferramentas profissionais de computação para registro e avaliação. Enquanto as definições anteriores buscavam ser o mais inclusivas possível, o esforço aqui realizado foi na direção contrária, de delimitar com clareza o que se entende por playlist, para então compreender que é possível usar a playlist como base para outras seleções musicais, que envolvem elementos que as tornam objetos distintos. No dia a dia, a playlist designa este objeto usado em MP3 players, em serviços de streaming, em softwares de reprodução e nas seleções do rádio. Para outras seleções, utilizam-se seus nomes mais específicos, como a mixtape, o álbum ou LP, o EP, as coletâneas etc.

A partir dessa definição específica e das características que a orientaram, permite-se construir uma tipologia da playlist diferente daquela postulada de maneira generalista. Assim, enquadram-se estritamente como playlists apenas aquelas com as características aqui destacadas no que se refere aos relacionamentos entre ouvintes e produtores e aos objetivos e contextos de produção e a seu conteúdo. São elas o repertório para programação radiofônica e a playlist digital, pessoal e profissional (automática ou não).

A playlist radiofônica, precursora deste uso conceitual, se caracteriza pela definição de um repertório limitado para reprodução por um período em que a sequencialidade é respeitada levemente, evitando a repetição dentro daquele período, mas permitindo-a de maneira cíclica. Seu uso é dependente de uma profissionalização do rádio e do estabelecimento de formatos radiofônicos baseados em regras institucionais e mercadológicas que orientam sua segmentação de público.

A playlist pessoal, emergente com o uso do MP3 e audição pelo computador e adotada por aplicativos de reprodução digital e players físicos, se aproxima da mixtape, mas tem um caráter mais individual e menos afetivo, além de superar grandemente as limitações do formato

físico do CD e do cassete, principalmente no processo de produção, ao permitir a audição imediata de uma ampla biblioteca à disposição. Enfatiza a personalização e a organização da experiência auditiva contextual cotidiana, com atenção maior às músicas que integrarão a lista e não, necessariamente, a ordem em que aparecem, apesar de seu ordenamento ser relevante.

A playlist plataformizada é construída profissionalmente por meio de curadoria, recomendação automática e a inerente mistura entre elas. A primeira, herdeira da prática radiofônica, busca criar pacotes de audição musical pelas mãos humanas. A segunda proporciona experiências personalizadas de audição a partir do registro e processamento de dados comportamentais e culturais sobre música. No primeiro caso, há uma aproximação com o jornalismo e curadoria artística, e reflete filosofias muito próximas do rádio. No segundo caso, busca-se substituir o julgamento realizado por humanos por procedimentos de seleção ligados a históricos de gosto socializados ou registrados implícita ou explicitamente declarados aos softwares de audição musical. Ambas podem ser fixas, com seu conteúdo pré-estabelecido normalmente não alterado ao longo do tempo, ou atualizadas constantemente pela inserção de lançamentos ou novas descobertas, além de poderem ter duração determinada, baseada em objetivos ou contextos, ou serem contínuas sem tempo de audição pré-estabelecido.

Algumas das seleções musicais comumente associadas à playlist contêm muitas de suas características e, na verdade, podem ser utilizadas como tal. Todavia, também têm elementos exclusivos se ouvidas em seu contexto prescritivo próprio, o que as tornam tipos específicos de lista, com suas próprias denominações. Isso é sustentado justamente por estes diferentes nomes serem preferidos ao termo playlist em seus próprios contextos. As mixtapes, os álbuns originais e de compilação e o set musical, seja a lista de um concerto ao vivo ou dos DJs, compartilham com a playlist, frequentemente, a construção intersubjetiva, objetivos comunicativos e/ou temáticos e diferentes níveis de atenção ao sequenciamento. Entretanto têm outras características específicas e, na maioria dos casos, não têm algum ou alguns dos elementos constituintes da playlist.

Na sequência, para maior clareza desta tipificação, são aprofundados elementos históricos e prescritivos dos dois primeiros tipos de playlists aqui enquadrados e apresentada uma breve caracterização daquelas que não se enquadram no perfil aqui definido. A playlist plataformizada será discutida no Capítulo 0, contribuindo para análise da automatização de sua construção.

2.2 Da programação radiofônica à playlist pessoal

Baseando-se na teoria da prescrição, esta seção mapeia duas diferentes formas de construção da playlist, suas motivações e características. No rádio, a prescrição é motivada e

organizada em torno de filosofias relativamente coerentes que giram em torno do papel do programador, papel este afetado pela digitalização dos fluxos de trabalho nas estações. Nas listas pessoais, a organização temática de experiências musicais e a socialização dessas experiências é motivadora do desenvolvimento de recursos de construção digital da playlist.

Por fim, exploradas na sequência do trabalho, as playlists profissionais combinam estes motivadores e organizadores da produção em uma plataforma musical que serve para distinguir modelos de acesso e de negócios, sustentando-se principalmente no discurso da comodidade e personalização. Um mesmo formato com três manifestações diversas condicionadas nos diferentes meios em que ocorrem.

2.2.1 A prescrição musical da playlist radiofônica

A introdução da playlist radiofônica já foi abordada neste capítulo como forma de estabelecer sua posição histórica na definição de playlist e na prescrição musical de maneira geral. Agora, o foco será voltado à atuação dos programadores, editores musicais e a forma como realizam suas escolhas de seleção e oferta musical, demonstrando a prescrição musical realizada nesse processo, com ênfase para a noção de filosofias de programação, importante aspecto da produção da playlist que guiará demais análises. De maneira sintética, situam-se alguns de seus elementos históricos.

Como visto, pode-se afirmar que a aplicação do termo playlist é dependente da introdução da música à transmissão por ondas de rádio, na prática de tornar uma música gravada prontamente disponível a audição. Assim, é neste momento que a playlist adquire suas primeiras condições de existência como tal, e nesse sentido, é inseparável da noção do disc-jóquei e da maneira como este ator foi introduzido na programação do rádio. Ou seja, a playlist se materializa, primeiramente, a partir da aplicação das tecnologias de gravação e de transmissão como veículos de música e possíveis canais aptos a uma linguagem prescritiva performada por pessoas que selecionam a música a ser transmitida (BREWSTER; BROUGHTON, 2014).

A fonografia em si foi pensada, inicialmente, para um tipo de registro sonoro da informação, trocas de mensagens e arquivos empresariais. Todavia, a percepção de que seu uso para o entretenimento e desenvolvimento de linguagens artísticas, principalmente musicais, tinha uma demanda potencial mais promissora resultou em uma disputa pela hegemonia de padrões de gravação e distribuição das máquinas de música. Estas disputas, conseqüentemente, buscavam o predomínio de modelos de negócio específicos desenvolvidos por diferentes

interessados. Dessa forma, o desenvolvimento das tecnologias de gravação foi um condicionante importante para a maneira como as empresas situavam seu papel diante da sociedade e da produção artística, interessadas basicamente em sua inserção no mercado. Seu relacionamento com compositores, criadores, arranjadores e intérpretes foi de constantes tensões entre proposta artística e estratégia mercadológica. Ao mesmo tempo, estabeleceu com a indústria midiática cooperação para a divulgação dos produtos – para a qual a playlist tornou-se instrumento fundamental – e embates sobre capacidades de acesso que, discutivelmente, canibalizavam a venda do formato físico (DE MARCHI, 2016).

Já a transmissão radiofônica foi quase que imediatamente utilizada para transmitir música. Apesar disso, em seus primeiros anos, ficavam evidenciados seus aspectos de teste e sua qualidade limitada. O desenvolvimento do meio, entre as décadas de 1920 e 1950, com a permissão da publicidade e os diferentes enquadramentos sobre o serviço público que prestava, estava no centro das disputas pelo tipo de programação que se produzia. Pelas ondas do rádio, o poder da reprodução musical em despertar o interesse nas gravações e, por consequência, o poder de quem selecionava essas gravações foram pontos críticos para essas indústrias e sua relação com músicos e anunciantes publicitários. É claro, não sem diferentes disputas entre editoras, indústria fonográfica, músicos e reguladores (BREWSTER; BROUGHTON, 2014).

Neste mesmo período, no Brasil, a inserção do rádio como veículo integrador popular coincide com o crescimento do investimento em publicidade e o desembarque expressivo de empresas estrangeiras no país, também de olho no potencial de urbanização de mercados em desenvolvimento. Esse contexto contribuiu para o crescimento do papel do rádio como difusor da música local. O emaranhado de relações entre diferentes negócios midiáticos estabeleceu uma lógica de produção que sintetizou uma sonoridade e um fluxo de trabalho centrado nos chamados maestros – produtores e arranjadores – empregados na produção de rádio e cinema e nos estúdios das gravadoras. Estes exerciam um papel próximo dos disc-jóqueis do rádio americano, produzindo e conduzindo a prescrição musical de seu tempo (DE MARCHI, 2016; KISCHINHEVSKY, 2007).

O auge da prescrição musical pelos comunicadores do rádio, dos maestros aos DJs, acompanhará a trajetória do veículo em suas diferentes fases, mas terá uma reconfiguração importante a partir dos embates sobre o *jabá* e o *payola*. A racionalização empresarial e a introdução de procedimentos de seleção a partir de discursos com um verniz científico e mercadológico tornará mais central a figura do programador, editor ou diretor de programação na construção de playlists do que a do próprio comunicador, embate este encampado em meio a denúncias sobre verbas de promoção e consultoria pagas a DJs identificados com a introdução

de repertórios populares e negros no rádio (BREWSTER; BROUGHTON, 2014). Entretanto, a crítica de que estes novos profissionais estariam apenas preocupados com métricas comerciais em detrimento de uma prescrição musical “autêntica” é parcialmente acalmada por estudos de programação radiofônica a partir dos anos 1980 e pela atuação de diferentes práticas de programação “rebeldes” ou alternativas, marginalmente efetuadas em rádios universitárias (DENISOFF, 1973; WALL, 2007).

Como discutido, os vários estudos sustentam que o termo playlist surge em meados dos anos 1950 com a introdução das fórmulas de seleção musical, em específico a do Top 40. Para esta aplicação, uma playlist é sempre um repertório a ser transmitido por uma estação no período de uma semana, que serve tanto como instrumento de comunicação de mercado, divulgando a identidade da rádio, como um relatório para a publicação das paradas de sucessos de publicações especializadas. A inclusão de gravações nestas playlists, todavia, é também condicionada, neste momento, pelas próprias paradas, tornando a produção da playlist um circuito fechado em que as estações de rádio alimentam as paradas e são alimentadas pelas próprias (HESBACHER, 1974). O cunho prescritivo e a característica da playlist como um repertório ranqueado de canções são evidenciados pela aparição do termo em *Music Reporter* (WHO..., 1963), já apresentada na Figura 4 da seção anterior.

O processo de seleção do Top 40 será o precursor do desenvolvimento da *radio formula* ou do *format radio* segmentado por público, que tem na playlist seu produto final, sustentando a proposição de que o formato em si é a playlist, sendo o rádio ou rádio musical o meio pelo qual este formato é empregado. Seu processo de seleção consiste em procedimentos bem delineados e definidos, uma receita ou fórmula que estabelece quais músicas serão selecionadas para a playlist e qual a sua posição no ranking.

Introduzido por Todd Storz e Bill Stewart em 1955, o Top 40 foi inspirado pela observação do comportamento de uso da jukebox em um bar. Para seus criadores, as pessoas tendiam a pagar para ouvir um pequeno grupo de canções repetidas. Este formato foi ajustado e reformulado ao longo dos anos, mas suas manifestações principais, o próprio Top 40 e o *Contemporary Hit Radio* (CHR), priorizam as canções listadas como mais vendidas pela parada da Billboard, em sequência de posição em vendas, intercaladas com jingles. A programação estabelece um fluxo constante que minimiza a participação dos DJs, tendo sido caracterizada pelo comediante e DJ George Carlin pela frase “cale a boca e toque a música” (DENISOFF, 1973; GALLEGÓ PÉREZ, 2015).

Dos anos 1970 ao fim do século XX, outros estudos de programação serão empreendidos na busca por compreender as transformações no meio. O que estes estudos

evidenciaram foi a manutenção da figura dos programadores como centrais à construção da playlist, nunca retornando ao auge dos DJs como principais articuladores prescritivos do rádio. Entretanto, as lógicas de seleção não ficaram limitadas à frieza científica ou técnica alardeada no início dos anos 1970. O que se percebeu foi que os programadores utilizam bases de conhecimento sobre a música, o público, a empresa e a marca que representam para desenvolver estratégias, ou filosofias, para selecionar e organizar o que é ofertado ao ouvinte, além de terem diferentes níveis de liberdade em perfis de rádio alternativas, como as universitárias ou as FMs que buscavam se distinguir do formato AM. Eric Rothenbuhler (1985) e Ahlqvist, Faulkner e Fisher (1995, 2000) abordam essas filosofias entendidas como constituintes do papel do programador como um gestor de playlists que, sinteticamente, se localiza em alguma dessas posições: (1) representante de uma marca e responsável por sua identidade; (2) curador de conteúdos adequados aos ouvintes; e (3) promotor de músicas com potencial para ser sucesso comercial. Em qualquer um destes papéis, a atuação do programador é uma prática de prescrição musical por excelência, ao lidar com conhecimentos de fundo, intencionalidade comunicativa, análise contextual e uma identidade de produção e recepção necessariamente baseadas na credibilidade das escolhas, seja por profissionalização ou por compromissos estéticos.

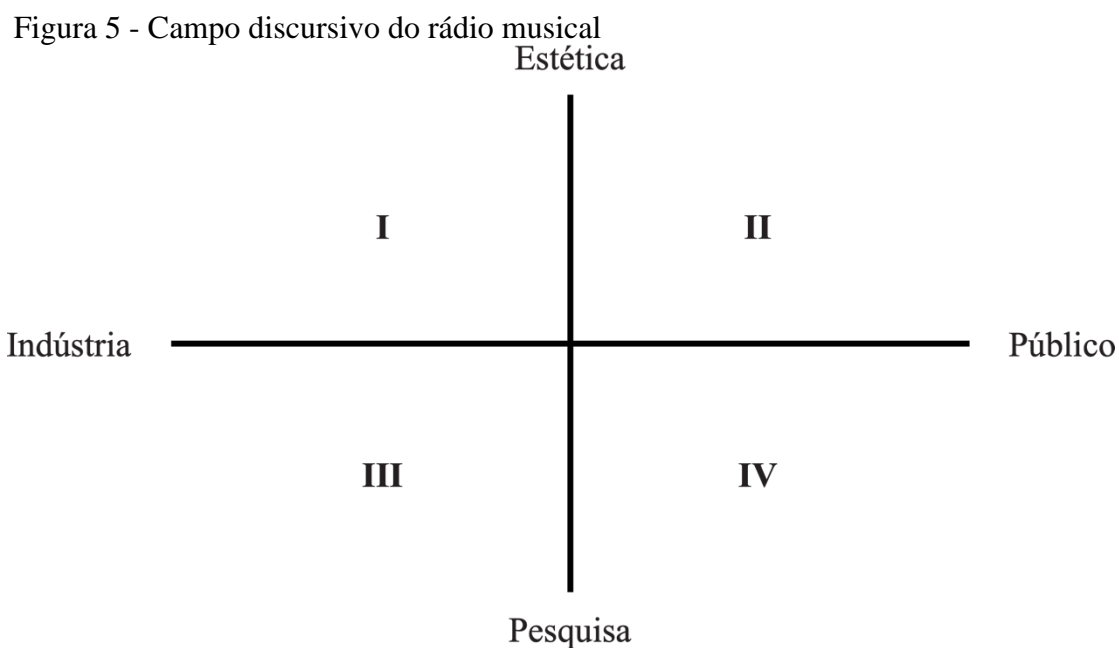
Rothenbuhler e McCourt (1987) descrevem um mercado radiofônico anterior à concentração de propriedades e ao acirramento da concorrência com os meios digitais. Ainda assim, sua análise indica a percepção de profissionais da programação sobre os processos de seleção no rádio comercial. Para os pesquisados, tais práticas são percebidas prioritariamente como rotinas profissionais, com categorias pré-definidas de formato, aceitação e potencial. As fases deste processo são iniciadas com a “sensibilização”, em que se avalia o universo de fonogramas disponíveis, as prioridades da estação e, na sequência, o espaço disponível na programação e os fonogramas selecionados em relação aos já estabelecidos no repertório da estação. Rotineira, essa fase leva menos em conta pedidos de músicas de ouvintes, número de vendas de discos e outras rádios locais do que informações de promotores da indústria fonográfica, recomendações de especialistas, reputação de artistas, espaço na programação e a impressão dos diretores musicais sobre o potencial de alcançar um hit. Há uma grande preocupação em estabelecer uma reputação ou credibilidade ao trabalho desenvolvido e nos resultados obtidos por essa seleção.

A característica principal desse olhar profissional sobre a construção da programação consiste na base comercial que o regula. Em outras palavras, este procedimento é predominantemente regulado pela lógica de gestão de negócios e não pela lógica comunicativa. O público é em grande parte avaliado em termos de segmentos de audiência, ou como consumidor, tipificado de acordo com lógicas de mercado, e não como interlocutor em um

processo de troca de significados. A reputação é construída em segmentos priorizando não o ouvinte, mas os outros profissionais (ROTHENBUHLER, 1996). Apesar disso, não se pode excluir a intencionalidade. O ouvinte como um consumidor é também imaginado, situado em uma representação do público musical que necessita receber a prescrição.

Ahlkvist e Faulkner (1995) continuam a tradição de tentar identificar a maneira como a música chega às ondas do rádio. Investigam a prática da programação a partir de um detalhamento das variações de práticas dos responsáveis. É assim que apresentam a ideia de filosofias de programação. Estas legitimam a construção da playlist e tipificam as práticas que estabelecem repertórios de programação. Há uma preocupação em compreender os efeitos da desregulamentação e concentração de propriedade sobre estações de rádio na construção destes repertórios.

As filosofias representam os valores hierarquizados que determinam a seleção musical, compartilhados discursivamente no mundo profissional do rádio musical. Assim, os programadores lidam com posições binárias em oposição em dois eixos que se relacionam: em um deles assumem posições acerca do processo de seleção das músicas, a posição estética de um lado e a posição de pesquisa em outro. No outro eixo, estabelecem uma interpretação sobre seu papel de programadores; em um extremo, sua função é definida como de atendimento aos ouvintes, no outro, de atender à empresa ou às indústrias radiofônica e fonográfica. A determinação de posições entre estes polos, segundo o autor, orientará as práticas de seleção, evidenciando uma lógica prescritiva mais complexa que o mero tecnicismo frio (AHLKVIST, 2001). A Figura 5, ilustra a distribuição destas posições.



Fonte: AHLKVIST, 2001, p. 346, tradução nossa

Assumir uma posição estética para construir a playlist radiofônica significa ter preocupação com fatores de qualidade musical e de subjetividade do “ouvido” do programador para identificar canções promissoras em termos de sucesso e de qualidade musical. O gosto e o conhecimento musical do programador, fontes de julgamento estético, são os elementos usados para a construção de credibilidade e para o produto final. Essa posição estética será influenciada por posições no eixo do papel desempenhado. Poderá ser adotada uma percepção de programador como um ouvinte substituto, ou seja, como alguém que seleciona as músicas imaginando-se o ouvinte da rádio e daqueles fonogramas, o que ocasionaria uma posição II. Ou ainda uma lógica de promotor da indústria musical e radiofônica, avançando a qualidade dos produtos divulgados por eles, numa posição I. A construção da playlist então é um processo criativo que imagina um perfil de gosto e uma experiência de escuta que serve como diagnóstico para a prescrição musical. Uma crítica voltada a essas filosofias estéticas é que o conhecimento e julgamentos musicais do programador, neste caso a primazia de sua subjetividade, podem atrapalhá-lo, pois corre-se o risco de enfatizar a perspectiva do próprio programador em detrimento do ouvinte (AHLKVIST, 2001).

Nos extremos opostos dos dois eixos estão as filosofias que enfatizam a lógica da pesquisa. Neste caso, há a valorização de uma possível objetividade possibilitada pelo uso de informações e dados de consumo, comportamento e mercado. Neste caso, nem mesmo a audição das músicas se faz necessária para sua seleção. Aqueles que adotam posições neste lado do espectro tendem a valorizar o aspecto profissional e procedimental da seleção, as regras e receitas para definir posições na playlist – que definem número de reproduções no ar. Portanto, uma posição comum dos programadores no eixo do processo é a de tratamento da informação sobre a música como dado fundamental para sua seleção, utilizando a indústria fonográfica como fonte de informação e responsável pela seleção. Nesse sentido, a interpretação das pesquisas e conteúdo artístico é papel da gravadora, que deve repassar ao programador. Sua posição no eixo do papel desempenhado será determinada como uma prática de facilitar à indústria fonográfica o acesso das músicas a públicos específicos e às emissoras, a construção de uma identidade coerente – a posição III no quadro. Assim, ele será o conector entre as estratégias da indústria e o público, enquadrando a programação musical como uma prática prescritiva de mercado, e não estritamente musical (AHLKVIST, 2001). Por outro lado, ele pode orientar-se para o público baseando-se em pesquisa, assumindo-se como um correspondente das demandas emergidas de pesquisas – posição IV.

Destaca-se ainda que essas características generalistas da programação radiofônica não esgotam os comportamentos, mas descrevem uma cultura geral que permeia a prescrição

realizada pelas playlists no rádio formato. Nesse sentido, a história do rádio inclui uma disputa sobre seu papel público, como serviço social e educativo, representado nos Estados Unidos por rádios universitárias e públicas. A exploração que Tim Wall (2007) realiza sobre a programação musical de três rádios universitárias norte-americanas demonstra que posições menos estreitas são estabelecidas, mas que seu processo seletivo pode ser associado às posições estéticas, focadas na conexão emissora-ouvinte, e sua programação baseada em conhecimentos musicais e julgamentos subjetivos.

Segundo o autor, algumas das primeiras emissoras de rádio nos EUA eram associadas a universidades e profissionais acadêmicos com intenções sociais e educativas. Entretanto, a programação também se apresentava como um desafio, principalmente no manejo dos vários relacionamentos entre público, estação e universidade. Durante os anos 1960, as chamadas rádios universitárias se desenvolveram paralelamente ao uso do FM e com elas processos de seleção que desafiavam os formatos estabelecidos no AM e resgatavam a autonomia do comunicador e DJ em uma programação *free form*, que consiste na decisão sobre a reprodução de uma música ao vivo, durante a transmissão, sem uma lista prévia, mas a partir de um repertório pré-selecionado (WALL, 2007).

Ao longo das próximas décadas essa programação que desafia o formato musical do rádio se desenvolveu em conjunto com a cultura da música alternativa. Essa alternatividade definirá uma filosofia de programação que se pode associar principalmente às posições mais subjetivas (I e II) dos eixos de Ahlqvist (2001), já que, segundo Wall, todas elas empregam especialistas que selecionam com base em um compromisso educativo e progressista, apesar de conter características distintas e variações nos procedimentos de seleção. Essa alternatividade está enraizada em um desafio ao rádio formato em diferentes graus, mas que ainda inclui a playlist como procedimento de formalização da seleção. Mesmo no caso da forma livre de programação é empregada uma playlist no sentido mais tradicional do rádio – de um repertório para seleção, já que a disponibilidade de audição da música é uma característica fundamental para a operacionalização da programação.

Pode-se perceber assim um processo evolutivo da prescrição musical operada pela playlist radiofônica de maneira central para o próprio rádio e para as indústrias fonográficas até o início dos anos 2000. A digitalização das funções de programação a partir dos anos 1980 e a concorrência com diferentes modos de difusão musical no século XXI, porém, oferece novos desafios à prática da programação, principalmente no que se refere aos diferentes interesses da audiência e a uma ampliação das possibilidades de pesquisa e análise de comportamentos do

público proporcionada pelas formas de participação deste público (GALLEGO PÉREZ, 2015; STIERNSTEDT, 2015).

Friedrik Stiernstedt (2015) aborda as alterações nas práticas de programação do rádio comercial como resultantes de uma reestruturação tecnológica do trabalho na indústria radiofônica. Para o autor, a participação das audiências sempre teve um alto grau de relevância para a comunicação radiofônica. A digitalização porém, insere nesse processo novas formas de recepção, interação e participação que transformaram o DJ em um moderador que seleciona e monta uma programação produzida pela audiência, principalmente por meio do acúmulo de dados de comportamentos e escolhas dessas audiências em redes sociais e interações com a própria rádio. A programação musical automatizada reduziu a intensidade do trabalho do programador e dos DJs apresentadores, que precisavam apenas organizar uma playlist a ser tocada e inserir intervenções ao longo da programação, mas criou uma nova demanda de gestão de redes sociais e interação com o público, alterando profundamente a maneira como a prescrição era operada: de filosofias relativamente estanques que informavam a seleção de músicas, o programador radiofônico é hoje um mediador entre programação e público, o criador de um texto coerente entre a identidade da estação e as demandas e produções do próprio público.

Estudando as alterações vividas por trabalhadores na maior estação de rádio da Suécia, a MTG-Radio, Stiernstedt verificou que a queda de audiência do rádio musical a partir de 2010 revigorou a figura do programador capacitado e criativo. É possível entender essa abordagem como uma forma de corresponder às expectativas do público por uma comunicação mais humanizada, permitindo um retorno a formatos mais livres e uma autonomia a programadores quanto a horários e seleções musicais. Essa humanização torna-se um ponto chave para discutir a programação do rádio e dos serviços de streaming. A discursividade de ambos os meios conta com essa marca simbólica para aproximar sua narrativa técnica da subjetividade dos ouvintes.

Assim, dos DJs estrelas aos diretores de programação mais tecnocráticos, o uso da playlist torna-se uma prática condicionante, impondo regras, exibindo disputas e materializando-se em um resultado específico para condições gerais: a playlist radiofônica funciona com diferentes conteúdos em diferentes circunstâncias de audição e características comuns de construção, aplicação e consumo (WALL, 2004). Abordagem mais profissionalizada emergente nos anos 1970, focada em segmentação de públicos e mercados, a preocupação com credibilidade e prefiguração de papéis profissionais apresenta as características de uma prescrição que orienta a construção de um formato. Nessa perspectiva, os efeitos, como números de audiência e conseqüentemente faturamento e afetos, como

posicionamento e identificação dos ouvintes desejados pela programação, são determinantes para uma prescrição de sucesso. A negociação de valores profissionais e sociais no ambiente produtivo, que estabelece condutas legitimadoras para as filosofias identificadas pelas pesquisas dos autores, auxiliam na percepção da maneira como se justificam e estruturam a construção do formato playlist.

2.2.2 A organização da playlist pessoal

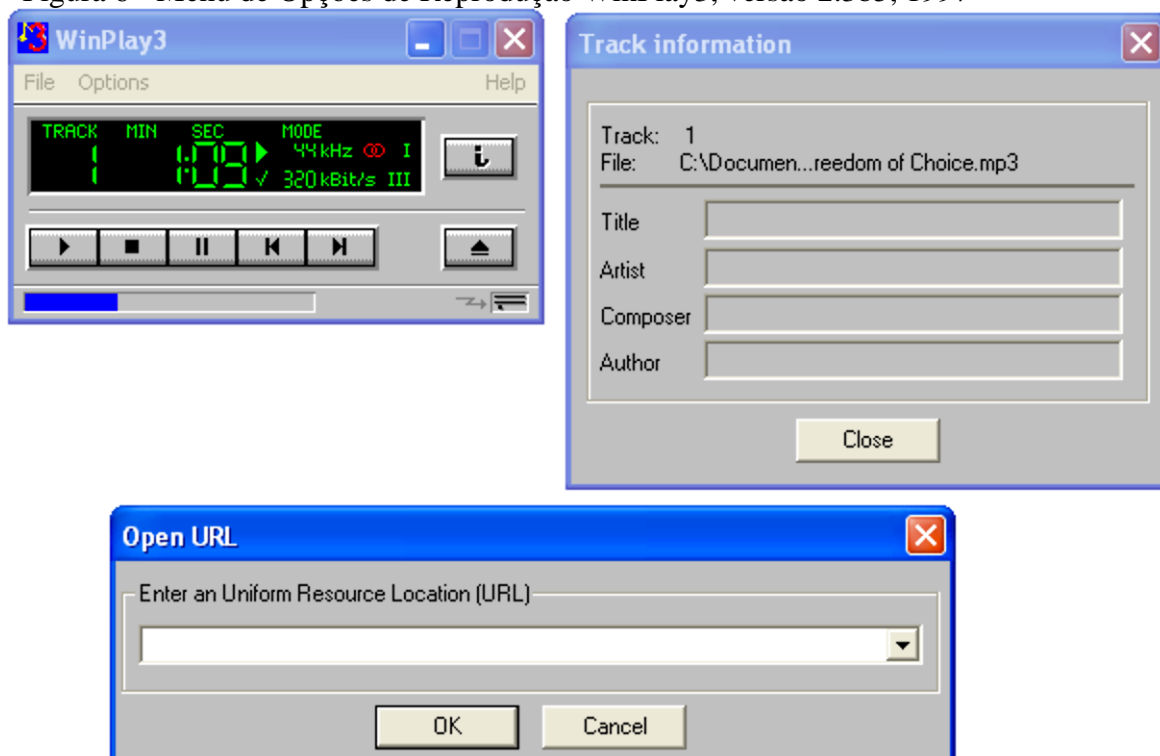
Como explicado na busca por uma definição, o que se convencionou hoje chamar de playlist está ligado à organização de uma experiência de audição musical pelo computador, com o desenvolvimento dos softwares de audição digital. No que se refere ao tratamento de uma coleção musical, a organização de possíveis bibliotecas musicais tem diferentes dimensões do controle da informação, não necessariamente digital. Entretanto, a playlist tem como característica a construção de uma audição específica, inscrita em temporalidade e contexto específicos. Nesse sentido, a digitalização torna-se central, pois amplia as possibilidades de organização dessa experiência enquanto retira a playlist de sua exclusiva função radiofônica. O desenvolvimento do formato MP3 permitiu uma portabilidade de arquivos de áudio sem precedentes; a inclusão de placas e caixas de som somadas aos drives de CD-ROM (os kits-multimídia) em computadores comercializados durante os anos 1990; e a explosão das trocas de arquivos MP3 pela internet foi o contexto em que aplicativos de reprodução digital se popularizaram. Por meio da adição de diferentes recursos, respondiam à linguagem de audição musical que surgiu naquele momento.

O primeiro software para este tipo de reprodução foi difundido pelo instituto desenvolvedor do próprio formato.³³ O WinPlay3 permitiu em 1995 a reprodução do MP3 em computadores, a partir da versão 3.1 do MS Windows, e incluía versão bem limitada para MacOS. Com um layout simples e incapaz de mostrar o nome do fonograma reproduzido (Figura 1) o programa cumpria apenas seu propósito: a audição de arquivos MP3. Entretanto, em versões subsequentes, segundo Dom Robinson (2017), o WinPlay3 despontou como o primeiro software do tipo amplamente utilizado, e oferecia a possibilidade de carregar arquivos de texto – com a extensão m3u – que continham indicações de arquivos em sequência por caminhos locais ou na web (streaming) e que eram, então, reproduzidos pelo programa. Na

³³ A codificação perceptiva aplicada ao áudio digital em MP3 foi desenvolvida entre 1989 e 1992, em parceria entre vários atores em torno da organização de padronização internacional Moving Picture Experts Group (MPEG), baseada em um esquema desenvolvido pelo instituto alemão Fraunhofer IIS (STERNE, 2012).

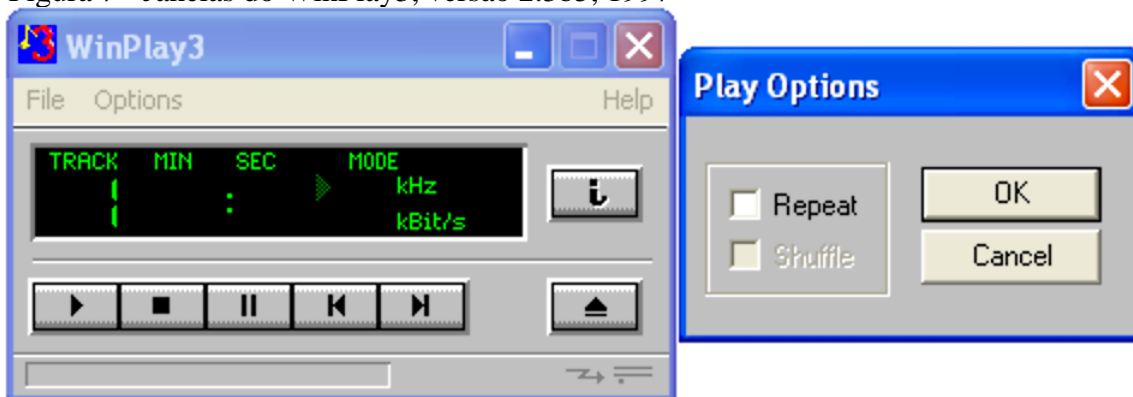
Figura 7 a interface da última versão lançada pelo instituto Fraunhofer em 1997, exibindo recursos extras como uma barra de localização na música, metadados e opções de reprodução aleatória e repetição que indicavam a possibilidade de reprodução em sequência de mais de um arquivo (Figura 6), apesar de não haver uma janela que exibisse a lista.

Figura 6 - Menu de Opções de Reprodução WinPlay3, versão 2.3b5, 1997



Fonte: SASSNER, 2000 - Imagem capturada pelo autor

Figura 7 - Janelas do WinPlay3, versão 2.3b5, 1997



Fonte: SASSNER, 2000 - Imagem capturada pelo autor

As limitações de recursos visuais e gestão de listas do WinPlay3 motivaram o desenvolvimento independente de um outro software que possibilitasse a edição dos arquivos m3u em maior detalhe. Em 1997, é lançado um software para organização dos fonogramas para WinPlay3 ou outro reprodutor de fonogramas digitais. O MP3 Play List Maker, como

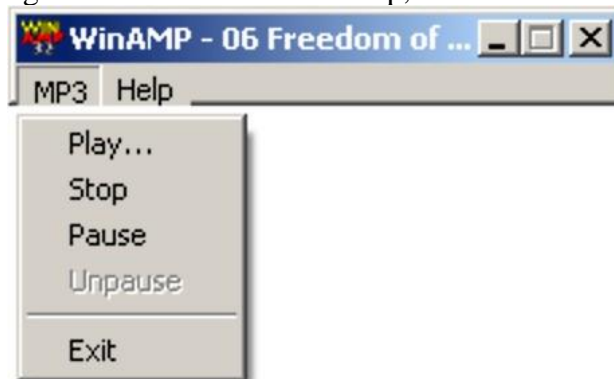
apresentado em seu site, era um software dedicado à edição e gestão de playlists e metadados de arquivos MP3 que permitia a construção de uma lista ordenada de arquivos a serem reproduzidos pelo WinPlay3 automaticamente. A motivação para seu desenvolvimento é declaradamente a necessidade de lidar com a “horrrível” interface do player (SASSNER, 1999). Era possível estabelecer a ordem de preferência ou ouvir aleatoriamente, além de editar os metadados, salvar e exportar arquivos m3u para serem carregados em qualquer outro reprodutor. Nota-se que a expressão “*play list*” ainda não é usada como um substantivo específico no site. Já no aplicativo, seu uso comum “playlist” já se apresenta, talvez pela necessidade de lidar com caminhos de diretórios sem espaços no computador (Figura 2).

Outros softwares do período adotam a nomenclatura com algumas variações: Play List, PlayList e Playlist são usadas em diferentes momentos. A ênfase nos recursos de playlistização é destacada nos registros de desenvolvimento ao longo do tempo, recebendo alto grau de atenção principalmente a adição de recursos diferentes, que são também fonte de chaves de leitura para uma percepção dos desejos de audição deste público. Nesse sentido, a exploração das notas de ajuda, notas de lançamento e documentação geral destes softwares foi uma fonte direta para elencar a emergência dessas relações entre a música digital e a playlist.

Também em 1997 é lançado o WinAMP, versão 0.2a, um reprodutor de MP3 e outros tipos de arquivos sonoros que se tornará o programa mais famoso da história no segmento. Da mesma forma que o WinPlay3, de início seus recursos são reduzidos e não há opção de visualizar ou registrar uma lista de arquivos a serem reproduzidos. Na verdade, em sua primeira versão, nem informações sobre os arquivos são visíveis (Figura 8 - Interface do Winamp, versão 2.0 - 1998

). Versões subsequentes carregavam arquivos para serem tocados em sequência, sem recursos para edição de playlist. Isso surgirá na versão 2.0, em 1998, incorporando a expressão playlist, com o Playlist Editor. Incluindo a visualização e edição de playlist em suas versões lançadas ao público, o Winamp seguirá seus predecessores ao incluir diferentes recursos como a customização do visual, audição aleatória ou repetida e diferentes formas de classificação das músicas em uma dada playlist (Figura 8).

Figura 8 - Interface do Winamp, versão 2.0 - 1998



Fonte: NULLSOFT, 1997 - Imagem capturada pelo autor

Figura 9 - Interface do Winamp, versão 0.2a - 1997



Fonte: NULLSOFT, 1998 - Imagem capturada pelo autor

O Winamp passará por diferentes revisões e encontrará novos competidores apesar de ter se mantido o líder em uso por muitos anos. Isso é identificado por Ponce (1999) em razão de sua natureza de programação aberta, que permite a adição de recursos desenvolvidos por outros programadores ao programa, na forma de *plug-ins*. Entre estes, um recurso fundamental para a manutenção da relevância do Winamp foi a possibilidade de transmitir arquivos MP3 por streaming pelo *shoutcast*, inserido em 1998. Tal recurso possibilitou a inserção de web rádios desenvolvidas por usuários comuns, que dependiam fortemente de playlists do Winamp, já que toda a programação é colocada em lista dessa maneira (PONCE, 1999).

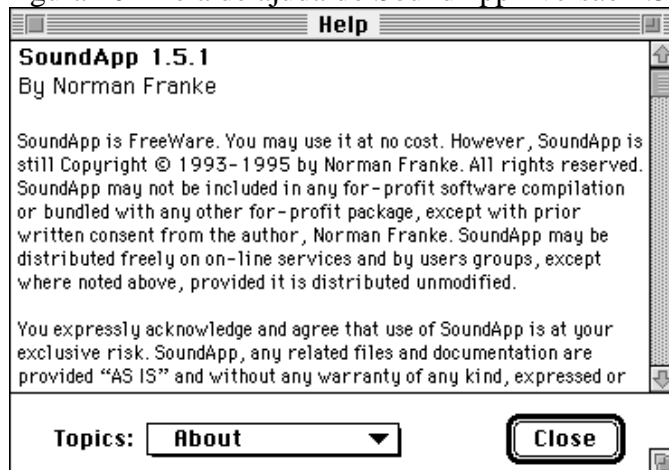
No Sistema Mac, o SoundApp permitiu a abertura de múltiplas “*play lists*” de uma vez a partir de sua versão 2.0 em abril de 1996. No mesmo ano, a reprodução dessas playlists de maneira aleatória receberia melhorias na versão 2.2.2. A data de lançamento não foi obtida, mas uma imagem (Figura 10) da opção Ajuda do programa na versão 1.5.1 mostra uma

mensagem de registro de direito autoral a partir de 1993, antes de ser possível reproduzir MP3, o que indica uma preocupação com a personalização da audição em bloco da música antes mesmo de o formato ascender em popularidade. Em sua apresentação, os recursos principais destacados eram a conversão e reprodução de múltiplos tipos de arquivos de som, mas explicitava o suporte a playlists, definindo-as como

listas de arquivos sonoros que podem ser salvas para uso posterior. Arquivos em uma Play List podem ser reproduzidos ou convertidos como um grupo ou individualmente. O SoundApp permite a reprodução aleatória por *shuffle* e reprodução de playlists em modo *repeat*³⁴ (FRANKE, 2000).

No seu registro de mudanças, que foi atualizado até 13 de novembro de 2000, visualiza-se a expansão de sua capacidade de lidar com playlists “*very large*” em agosto daquele ano. Além disso, maneiras de ordenar os arquivos em uma lista ainda eram adicionadas em julho de 2000 (FRANKE, 2000).

Figura 10 - Tela de ajuda do SoundApp - versão 1.5.1



Fonte: MACINTOSH GARDEN, 2010.

Dois outros softwares servem para demonstrar a adoção do termo e a importância da organização por playlists na audição pelo computador. O Windows Media Player, presente como parte integrante do sistema operacional Windows desde a versão 3.0 em 1991 – então chamado apenas de Media Player e com reprodução limitada de tipos de arquivo –, inclui a visualização em lista de arquivos e sua reprodução a partir da versão 7 em 2000. E a introdução do iTunes em 2003 já incorpora a audição em lista estabelecida em anos anteriores e permite a gravação em CDs para compartilhamento. Além disso, o fenômeno do iTunes como mercado

³⁴ Do original: In addition, it supports Play Lists which are lists of sound files that can be saved for later usage. Files in a Play List can be played or converted as a group or individually. SoundApp supports a randomized shuffle playback mode and repeated playback of Play Lists.

legal de faixas independentes dos álbuns foi pesadamente beneficiário dessa cultura de playlists desenvolvida no período que o antecedeu. A combinação iTunes/iPod seria uma das grandes responsáveis pela ênfase da individualidade e personalização da experiência musical. “Ao possibilitar aos usuários se servirem de playlists para toda e qualquer situação, o iPod forneceu a eles um espaço auditório seguro e familiar”³⁵ que retirava da audição musical seu caráter de compartilhamento (FENBY-HULSE, 2016, p. 179).

No espaço de oito anos, a playlist se tornará um recurso indispensável para a audição musical computadorizada, não como um formato radiofônico, mas como uma forma de organização pessoal de uma sessão musical, correspondente à prática de consumo. Usada em computadores e MP3 players, a playlist concentra em suas medialidades a adaptação de técnicas de seleção musical reconhecidas como midiáticas e sociais na direção da personalização. A adição dessa camada de sentido ao termo é drástica, pois carrega com ela a ideia de poder de emissão para qualquer um.

Assim, o objetivo não foi recontar histórias já contadas sobre estes aplicativos, mas exibir a introdução do recurso da listagem em reprodutores de mídia MP3 para estabelecer uma conexão entre o conceito aqui definido e as práticas de audição deste formato a partir dos anos 1990. Demonstrar uma reconfiguração conceitual que simultaneamente complexifica o sentido de playlist e ajuda a delimitá-lo. Os históricos de versões destes softwares exibem a abordagem destes primeiros desenvolvedores quanto às playlists. É a busca da possibilidade de organização pessoal, a emulação de uma audição que acontecia nos cassetes, ou seja, o poder de construir ordenações personalizadas, somada à facilidade da instantânea reprodução dos fonogramas disponíveis em bibliotecas pessoais cada vez mais amplas. Além disso, a continuidade de uma experiência de audição de gravações musicais em sequência, sem interrupção, sem que seja necessária a intervenção do ouvinte, será uma das medialidades mais importantes para que o MP3 se torne viável frente ao CD ou qualquer outro formato, com exceção do single.

Além disso, o aspecto do colecionador identificado nas definições de playlist é evidente. Não basta uma vasta coleção de fonogramas à mão prontos para serem ouvidos, é necessário curá-los, organizá-los para serem reproduzidos em contextos específicos e personalizados. Investigando as maneiras de automatizar a organização de bibliotecas musicais pessoais, Cunningham, Jones e Jones (2004), observam a maneira como colecionadores de música construam suas bibliotecas em diferentes materialidades, envolvendo álbuns originais, fitas

³⁵ Do original: By enabling users to create an array of playlists to cater for every possible situation, the iPod provided them with a familiar and safe auditory space.

cassete, LPs em vinil, MP3 retiradas de CDs originais e CDs de compilações com diferentes MP3 obtidos por download. Enquanto seu objetivo era identificar como humanos organizam suas coleções para indicar formas de automação para computadores, seus resultados mostram como a construção da playlist passa a ser um procedimento central à audição musical quando o trânsito entre tais materialidades é facilitado pela digitalização. A coleção neste momento ainda é dominada pelos CDs, que são divididos em pilhas de uso corrente, localizadas perto do aparelho de som, e menos usadas arquivadas em outros locais. A observação mais interessante consiste justamente na maneira como estas pilhas de uso corrente são organizadas baseadas em sua possibilidade de pronta audição e em seguida em termos de temáticas ou contextos direcionados, como músicas para dirigir, para trabalho ou para divertir crianças. Tais elementos são também ampliados nas coleções digitais.

Sobre essas práticas reproduzidas em coleções de discos e fitas, gravações e organizações de playlists sustenta-se a percepção de que a audição musical popular é predominantemente realizada em conjunto. O álbum é um modelo de comercialização de pacotes de músicas definidas pelo artista e equipe de produção e divulgação; a playlist, um modelo de difusão e audição também por um pacote. A experiência musical nestes casos é uma experiência contínua, em que o conjunto tem influência sobre o singular. O sequenciamento imposto, recomendado ou construído pelo próprio ouvinte é constituinte de uma experiência específica (BHATTACHARJEE et al., 2009).

Obviamente que estas playlists podiam e eram compartilhadas por meio de gravações de CDs ou pela internet. Assim, uma intencionalidade comunicativa para além do indivíduo estava presente. Entretanto, é com a ampliação da banda larga e a explosão do acesso aos streamings que essa playlist compartilhável tomará rumos mais amplos. De início, a experiência é uma prática social, como compreende-se qualquer audição musical. No momento em que o MP3 passa a ser usado para prover músicas para contextos sociais como festas ou grupos, todavia, sua construção perpassa uma necessidade e práticas individuais de seleção e audição musical.

Como observado por Jeniffer Waits (2003), a playlist publicada on-line em sites de redes sociais é encarada como um veículo de expressão pessoal, por meio das quais se comunicam histórias de amor, modos de trabalho e visões críticas sobre música. Observando um serviço específico de curta duração chamado Uplister³⁶, a autora observa que a inserção de contexto,

³⁶ Em atividade entre 2000 e 2001, informações sobre o serviço só podem ser encontradas em publicações noticiosas ou no Internet Archive.

discussões e explicações junto à playlist, que continha poucas músicas ou apenas trechos destas, estava no coração da expressão desta comunidade de fãs de música, sugerindo a centralidade do caráter prescritivo da playlist, de comunicação sobre e além da música em si. Na proposta do serviço, porém, residia uma previsão ousada e profética: a playlist seria a “próxima unidade de consumo global de música”. Tal previsão não se concretiza em específico, mas em geral: os serviços de streaming já nascem com este recurso e linguagem da possibilidade de organizar playlists embutidos, e acrescentam a facilidade em colaborar em tempo real com outras pessoas em sua construção ou compartilhar publicamente ou de maneira privada uma seleção com uma pessoa. Além disso, baseando-se nas lógicas do rádio – hertziano ou transmitido por streaming –, a correspondência à comodidade dita que tais recursos de playlist devem conter, de uma forma ou de outra, a possibilidade de ouvir sequencialmente, sem a intervenção do usuário. E, como será explorado mais à frente, a tematização e empacotamento em unidades de consumo será concretizada como diferencial de um serviço para o outro.

Apesar dessa visão sobre o caráter social da playlist, percebe-se, ao mesmo tempo, que sua facilidade de construção e acesso à música retirava as limitações e provisões que o cassete dava à mixtape, introduzindo uma forma de expressão diferente e independente das práticas sociais de compartilhamento musical analógicas. Desaparece a dependência de uma biblioteca reduzida de fonogramas disponíveis por meio de suportes físicos que precisavam ser localizados, organizados e ouvidos em tempo real para a produção de uma lista (FENBY-HULSE, 2016).

A introdução do acesso remoto a uma biblioteca amplamente maior, por qualquer usuário, e a valorização de outras camadas de socialidade na experiência musical on-line culminaram nos processos de criação de playlist profissionais que uniram essas duas práticas: a prescrição pela organização pessoal ou pela representação profissional, o tema central desta tese.

2.3 Mixtapes, álbuns e *setlists* não são o mesmo que playlists

Ao longo deste capítulo, buscou-se delimitar a playlist como um formato, manifestado no rádio ou em mídias digitais, em contraste com uma perspectiva generalista que procura entender qualquer lista musical como uma playlist. Esse esforço foi justificado pelo próprio histórico de uso, pelas formas de aplicação e construção e definição de playlists, afirmando-se ainda a necessidade dessa especificidade para se conceituá-la como formato.

Para solidificar essa definição específica, explora-se um panorama histórico-conceitual das outras listas confundidas como playlists. Destaca-se a mixtape, por ser tratar da associação mais comum, e passa-se pelo formato do álbum e das coletâneas, além dos *setlists* de concertos ao vivo, para sustentar que cada um destes tem uma distinção própria e, por isso mesmo, nomes e conceituações que são mais apropriadas para uso do que a confusão de englobá-los todos sob o guarda-chuva da playlist.

2.3.1 Mixtapes e expressão afetiva

É muito comum que a playlist seja abordada como uma mixtape do século XXI. A seleção musical promovida pela prática de gravação de cartuchos, fitas cassete e CDs personalizados é feita, também, num processo prescritivo de construção de uma lista musical. Entretanto, seu uso não deve ser considerado intercambiável com a noção de playlist. Enquanto toda mixtape contém uma playlist, nem toda playlist é uma mixtape. São os condicionamentos técnicos, as hierarquizações estético-afetivas e procedimentos de seleção que condicionam a mixtape de maneira singular.

Sua diferença fundamental é justamente a que torna a mixtape a um tipo específico de intimidade afetiva e dimensão artística impostas ao sequenciamento musical. A mixtape tem como característica a audição contínua para sua produção, um tempo de dedicação e principalmente um laço afetivo, constituído previamente e imbuído nos resultados da criação. Ela envolve um caráter emocional que a playlist não se obriga a ter, pois exige também uma dedicação afetiva à construção material do produto final e dos materiais físicos para produzi-la. Além disso, seu processo fornece retornos hápticos distintos ao usuário, a partir da interação com essas condições, que são diferentes dos retornos da playlist no ambiente digital ou profissional radiofônico, num efeito sensível e material que a torna um produto carregado de intimidade. Com certeza prescreve, no sentido de oferecer uma audição, mas, diferente da playlist, sobrepõe a expressão à prescrição (FENBY-HULSE, 2016).

Portanto, trata-se de uma linguagem e um “objeto comunicativo que atua no receptor, no tempo em que é recebida como um presente ou em uma revisita posterior”³⁷, afetada pela narrativa da memória (FENBY-HULSE, 2016, p. 178, tradução nossa). Já a playlist é um formato, a lista em si, sua quantidade de músicas, duração temporal, temática ou objetivo e

³⁷ Do original: The mixtape, then, is not simply a medium, but a communicative object that acts on its recipient, whether that is at the time of receiving the gift or when revisiting the tape years later.

procedimento de construção que condicionam o conteúdo. O objetivo pode ter as motivações e dimensões iguais a de uma mixtape, mas essa associação não é fundamental e não traz as restrições e condicionamentos da mixtape, sempre atrelada a uma narrativa estética e afetiva. Os conteúdos das listas podem ser adaptados para diferentes formatos, serem compartilhados de diferentes maneiras, mas a playlist exclui o compartilhamento temporal e material. Não é necessário ouvir as músicas em tempo real para registrá-las na lista, como ocorria no cassete. E, na automação, não é necessário pesquisar por diversos (mas limitados) discos e fitas, pensar e repensar seu catálogo disponível – ao menos não um humano; isso é feito pela introdução dos procedimentos da máquina, o que tornará a playlist um formato midiático distinto. Além disso, o compartilhamento da mixtape é limitado, e por essa razão seu processo de criação é também conduzido nesse sentido, feito para uma única pessoa ou um pequeno grupo. Uma mixtape só pode ser copiada e repassada a outros limitadas vezes, e as implicações sobre seu significado são amplas, já que o sentido atribuído àquela comunicação entre emissor e receptor é perdido quando expandido a públicos não planejados.

Historicamente, as mixtapes são associadas ao desvio da normatização industrial, às práticas de recombinação, alteração, colagem e ressignificação musicais, muitas vezes ilegais (FENBY-HULSE, 2016). O mix de sua definição está mais ligado a mixagem, alteração sonora e de sentido de sons anteriores, introduzida pelo hip-hop, do que à compilação (BALL, 2011). Mixtapes também são condicionadas, mais estritamente, a um formato físico que determina uma duração limitada e uma separação entre audição e distribuição. Seu próprio nome representa o padrão que a popularizou a partir dos anos 1970, o tape, ou fita cassete (FENBY-HULSE, 2016). Já o histórico da playlist é baseado na lógica oposta, a da normatização e padronização das programações de rádio; seu condicionamento é enfaticamente técnico e não material; e sua duração foi estabelecida procedimentalmente com base em noções de percepção de público.

A produção da mixtape consiste na gravação em fita cassete, e posteriormente em CD, de uma sequência de músicas selecionadas, conectadas por um tema, normalmente uma mensagem desejada pelo sujeito, que alteram a sequência pré-determinada de um álbum, um gênero musical ou outros fechamentos originados no âmbito da produção musical industrial. Outros sentidos podem ser dados à mixtape, mas em geral sua característica autoral, como um produto artesanal, não industrial, é predominante. A inclusão de comentários falas e entrevistas, além de remixes, é prática comum nas mixtapes do hip-hop. Um sentido de mixtape pouco explorado na cultura popular, que prefere enfatizar a prática da mixtape descolada destas raízes de gênero (BALL, 2005; MAHER, 2005). Por exemplo, Kieran Fenby-Hulse (2016, p. 175,

tradução nossa) apresenta uma lista de obras acadêmicas, literárias, da música pop e do cinema que exploram a cultura da mixtape, mas toca na questão do hip hop apenas de passagem, citando Jared Ball (2011). A autora se concentra muito mais no universo midiático contemporâneo e na lógica nostálgica da evocação da audição analógica, com suas materialidades e socialidades próprias, cuja evidência mais proeminente é o livro *Alta fidelidade*, de Nick Hornby (2000) e sua adaptação hollywoodiana. Bem como Carissa Kampmeier (2014), interessada na relação da audiência com a mixtape e focada nas fitas produzidas no âmbito mais pessoal e íntimo. Fenby-Hulse assim define a mixtape como “uma sequência de faixas musicais cuidadosamente trabalhada que era usada para acompanhar um evento ou atividade específicos ou para comunicar uma mensagem musical para um amigo ou alguém amado”³⁸.

A partir de sua origem no hip-hop, é possível aplicar essa mesma definição. Porém, seu aspecto político de desafio das limitações industriais ganha proeminência. Nessa perspectiva, as raízes da mixtape são traçadas a partir das “*party tapes*, *party-spinning* e performances de casas noturnas” gravadas e vendidas nas ruas, por DJs como Grandmaster Flash e Afrika Bambaataa nos anos 1970. O nome mixtape seria realmente utilizado apenas a partir dos anos 1980, com a ascensão do cassete como suporte musical, superando o vinil e os cartuchos de 8 faixas, para denotar a gravação das compilações dos DJs em fitas cassete. Neste período, o hip-hop torna-se um gênero mais massivo, e as gravações de festas dão lugar à gravação caseira, culminando, no início dos anos 1990, na transição dos registros de performance para as misturas, *samplers* e mixagens em fitas também vendidas pelas ruas (SCHANTZ, 2009, p. 294-295).

A substituição do cassete pelo CD e a difusão de tecnologias para sua gravação mantiveram a construção da mixtape como uma prática de difusão na cultura hip-hop. De distribuição independente, à margem da promoção industrial, as mixagens de rappers do underground, com faixas instrumentais retiradas de outros fonogramas e gravações exclusivas de improvisos ou canções, eram vendidas em CD nas ruas, levando ao questionamento legal da prática (SCHANTZ, 2009). O caráter personalista, subjetivo da mixtape, e seu formato físico a tornam uma lista diferente da playlist.

Em estudo de caso da mixtape como instrumento de jornalismo emancipatório e meio de comunicação de massa alternativo decolonial negro, Jared Ball (2005) afirma que as definições de mixtape não só são um instrumento de comunicação underground, mas tiveram

³⁸ Do original: a carefully crafted sequence of musical tracks that were used to accompany a specific event or activity, or to communicate a musical message to a friend or loved one.

um papel tão importante na comunicação negra nos Estados Unidos que foram, posteriormente, apropriadas pela indústria como instrumento de divulgação sem que, obviamente, as conformassem às práticas dessa indústria de formatação pela playlist, o uso do jabá e a deterioração de suas características fundamentais. No livro-manifesto originado de sua pesquisa, Ball (2011), reserva um capítulo à distinção entre mixtape e playlist baseada justamente nestes elementos: o caráter de habilidade artística e de expressão afetiva que é substituído pela profissionalização e racionalização econômica da playlist.³⁹ Para evidenciar ainda mais esta distinção, utiliza uma citação de Dean Wareham (2004):

No futuro, quando cientistas sociais estudarem o fenômeno da mixtape, concluirão - em linguagem chique - que a mixtape foi uma forma de "expressão" particular do século XX tardio, pouco depois substituída pela "playlist"⁴⁰ (BALL, 2011, tradução nossa)

Ball, nesse sentido, percebe a trajetória da playlist do rádio até o século XXI. Não cita e não procura lidar com a digitalização e as práticas organizativas da playlist pessoal, mas entende que prevalece a lógica da dominação do capital colonialista. Como discutido anteriormente, há outras formas de observar o uso da playlist em práticas também underground, como nas cenas MP3 dos anos 1990, que buscavam sua audição, todavia não se procura esvaziar o enquadramento feito por Ball, pois sua análise é certa ao perceber como o aspecto mercadológico da playlist manteve-se no rádio hertziano e também passou a ser central na década de 2010 a partir da consolidação dos serviços de streaming. Cita-se por completo a descrição das características da playlist no Spotify feita por Fenby-Hulse, para enfatizar suas diferenças fundamentais identificadas por ele:

As formas em que os usuários criam playlists também parecem ser diferentes da maneira como as pessoas abordavam a criação da mixtape. Por exemplo, há playlists de usuários para dormir, ir à academia, lavar a louça e também para eventos sazonais e festas. Mesmo aquelas que tentam emular a experiência da mixtape são geralmente muito mais longas (6 horas, ao invés de 60 ou 90 minutos) e, na maioria das vezes, contém uma grande combinação de gêneros musicais. Uma playlist desenvolvida pelo usuário Robert Sanchez, por exemplo, tem quase 17 horas de duração e contém faixas de artistas diversos como Nirvana, Eminem, Donny Osmond, Daft Punk, Michael Jackson e o grupo harmônico Pentatonix (...) Essas playlists marcam um contraste gritante com a limitada diversidade musical de uma mixtape, que era dependente da

³⁹ Como o interesse aqui reside apenas em evidenciar como os dois conceitos divergem, não se aprofundam as discussões do autor acerca da mixtape. Entretanto, recomenda-se a leitura deste trabalho, destacando que sua brilhante análise demonstra como a lógica de mercado das mídias de massa operam como limitadoras de diversidade e debate, enquanto perpetuadoras da colonialidade, mesmo ou principalmente quando se propõem como inclusivas ou progressistas ao incluir artistas negros em seus processos como forma de assimilar práticas alternativas e manter sua estrutura de poder.

⁴⁰ Do original: In the future, when social scientists study the mixtape phenomenon, they will conclude – in fancy language – that the mixtape was a form of "speech" particular to the late twentieth century, soon replaced by the "playlist".

biblioteca física de seu criador, bem como de faixas gravadas a partir da transmissão do rádio. O criador da playlist digital também parece ser menos relevante, já que os usuários do Spotify são apenas capazes de incluir um título à sua playlist. Até o momento, não é possível dar descrições e comentários ou incluir uma capa. Isso faz a playlists parecer feita ainda menos sob medida para o receptor e, como tal, mais aberta a interpretações e oferecendo um contraste gritante com o cuidadoso planejamento e trajetória narrativa intensa da mixtape⁴¹ (2016, p. 180, tradução nossa).

O autor destaca os principais elementos distintivos entre a mixtape e a playlist discutidos até aqui. A playlist tem a possibilidade de conter tais elementos afetivos e de ser produzida em condições mais determinadas, mas em geral sua marca é a do potencial de ser automatizada e exigir pouco envolvimento, além de ser mais caracterizada pela prontidão de acesso à música e relação com atividades cotidianas do que por seu suporte material e conexão emocional entre produtores e ouvintes.

As vantagens discursivas em equivaler playlist e mixtape residem nessa capacidade de associação a um tipo de autenticidade e humanidade contida na produção da mixtape, por um produto oferecido por modelos de negócios contemporâneos que enfrenta a dificuldade de ser e parecer uma produção automatizada e desprovida de emoções. Defende-se que essa diferenciação torna-se importante justamente para compreender melhor a forma como a playlist é produzida e pode servir a certos tipos de uso, não como uma desvantagem, mas como uma distinção analítica fundamental.

2.3.2 O formato dos álbuns: tradicionais e coletâneas

Diferente da mixtape, o álbum não é tão constantemente associado à playlist. De maneira geral, os álbuns musicais têm um sentido artístico mais ligado a autoria e criação musical propriamente dita do que ao seu sequenciamento. Entretanto, como visto nas definições usadas para o desenvolvimento de recomendações automáticas, por resultarem em um produto de seleções musicais e conseqüentemente operarem uma prescrição musical, muitas vezes este

⁴¹ Do original: The ways in which Spotify users create playlists also seem to differ from how people approached making a mixtape. For example, there are user-created playlists for sleeping, going to the gym, doing the washing up, as well as for seasonal events and parties. Even those that attempt to emulate the mixtape experience are often much longer (6 hours, say, as opposed to 60 or 90 minutes) and, more often than not, feature a huge array of musical genres. A playlist developed by user Robert Sanchez, for example, is almost 17 hours in length and contains tracks by artists as diverse as Nirvana, Eminem, Donny Osmond, Daft Punk, Michael Jackson and the close harmony group Pentatonix (...) These playlists stand in stark contrast to the limited musical diversity of a mixtape, which was dependent on the creator's physical music library as well as tracks that they had been able to record from the radio. The creator of the digital playlist also seems to reside further in the background, with Spotify users only able to provide a playlist title. It is currently not possible to give descriptions, write blurbs, or upload album art. This makes the playlist seemingly less tailored to the recipient and, as such, more open to interpretation, thus offering a stark contrast to the carefully planned and intense narrative trajectory of a mixtape.

formato tem sido usado como um exemplar da playlist. Essa aproximação se dá principalmente pela ênfase no processo de seleção e classificação musical realizado na construção de um álbum. Para elencar as maneiras como ele é distinto, passa-se por uma história do desenvolvimento das noções de álbum e LP e uma descrição dos modelos de produto que as sustentaram e das formas de seleção musical que as constituem, evidenciando uma lógica de seleção dependente do suporte padrão do disco.

Segundo Dias (2012, p. 3), dos cilindros do fonógrafo aos discos de goma laca dos gramofones, a experiência de audição da música gravada foi sempre condicionada em certos parâmetros de organização e percepção estabelecidos pelas empresas desenvolvedoras dos suportes padronizados de registro musical que resultaram em “essencialmente dois formatos: o álbum e o single”. Este último, por exemplo, é resultado da predominância dos discos de 78 rotações por minuto (rpm). Com eles, estabeleceu-se um modelo de negócios e produção, por consequência de consumo, baseado nos singles: discos contendo a gravação de uma só faixa, limitada a três minutos de duração. Ligada a esse formato está também a transmissão radiofônica do AM, intercalada com intervalos comerciais, que exigiam interrupção com conteúdos curtos (CRAWFOOT, 2018).

Nesse sentido, o suporte do disco foi essencial para o desenvolvimento de condições culturais que marcaram a evolução da música popular do século XX. A própria ideia de álbum é tributária do formato dos singles registrados em disco. Refere-se a um pacote, em formato de livro e montado a exemplo de um álbum de fotografias, com um número de discos gravados suficientes para conter obras musicais maiores do que as músicas populares já restritas ao formato de, no máximo, oito minutos. Esse desenvolvimento foi realizado principalmente como uma tentativa de registrar música erudita, como as sinfonias, que facilmente ultrapassam a minutagem padrão deste suporte.

Para a música popular, um álbum como esse tinha usualmente quatro a seis discos com quatro a 12 canções. Já o LP, derivado da expressão *long play* – longa reprodução, foi um padrão de disco de vinil lançado em 1948 que permitia a gravação de até 50 minutos divididos por dois lados ininterruptos de 25 minutos (MUELLER, 2015). A consolidação deste modelo durante os anos seguintes possibilitou o abandono do formato de álbum, pois era capaz de registrar obras mais longas em apenas um disco. Esse processo fez o LP herdar a denominação de álbum, de maneira que em muitos casos os dois nomes são usados como sinônimos (CRAWFOOT, 2018).

Porém, a distinção destes dois formatos evidencia algumas das lógicas que permearam o estabelecimento do padrão do disco na circulação musical em meados do século XX. O

embate causado pelas mudanças de formato sempre esteve ligado à percepção de consumo: a capacidade de compra e o valor simbólico do produto. Após o formato single dominar o mercado, tendo o pequeno disco com a gravação de um lado composto o imaginário sobre o produto musical, a adição de lados ao disco de 78rpm, de álbuns, de composições longas e, por fim, um só disco contendo várias músicas mostrou-se um desafio por ser um produto mais caro que muitas vezes não oferecia o que o ouvinte desejava: o hit, ou o single já conhecido (OSBORNE, 2012). Na verdade, muitos dos primeiros álbuns e LPs eram basicamente conjuntos de canções sem conexão direta e óbvia entre si (CRAWFOOT, 2018), o que contribuía para a percepção de que um suporte mais longo servia apenas às ambições econômicas das gravadoras, e não ao público, que pagava mais para ter a música que desejava e outras que não queria.

Os primeiros LPs, lançados pela Columbia nos Estados Unidos, tinham, a exemplo dos álbuns, peças de música erudita, a mais beneficiada pela longa duração das gravações. Sua apresentação, realizada pelo próprio presidente da Columbia, demonstrava a descontinuidade da gravação nos discos de 78 rpm, e o volume físico ocupado por eles em comparação aos mais finos discos de vinil. Por outro lado, o LP era um disco mais frágil, mais propenso a riscos e mais caro, o que exigia maior cuidado na elaboração da embalagem e no armazenamento. O conteúdo e as condições físicas adicionaram aos LPs um sentido de produto mais qualificado, voltado para música séria e de adultos, enquanto os singles mantiveram-se por um longo tempo como o suporte da música pop, focada em um público jovem, marcada pela velocidade e efemeridade dos hits do rádio (OSBORNE, 2012).

Essas condições de prescrição, a seleção de um padrão por formato e a subscrição de cada formato a um gênero musical marcaram as primeiras formas de seleção musical para o álbum, predominando uma lógica de mercado que, por sua vez, condicionava a duração da audição à materialidade do objeto a ser comprado. Ou seja, uma seleção e temporalidade bem distintas daquela que marcaria a introdução da playlist radiofônica, baseada fortemente nos comportamentos de audição musical do público e da própria lógica de venda dos singles: um número de músicas em rotatividade de repetição que concentra as músicas mais ouvidas ou mais vendidas do período.

Tal processo de seleção promovia a introdução de músicas de enchimento (*filler*) no lado B de um disco, dada a necessidade de adição de mais 25 minutos de enchimento em disco maior e mais caro. Em outros casos, a inclusão de duas obras eruditas ou várias canções populares em um disco gerava o problema da combinação “simpática” entre as obras: compositores, estilos e tipos e temas de canções deveriam ser escolhidos para esses discos de

acordo com afinidades entre eles. Emergiram também as tentativas de preencher um LP somente com hits, músicas que o ouvinte deseja ouvir. Todas essas possibilidades de seleção eram questionadas pelo público. Esse problema foi de certa maneira resolvido pelas gravadoras com os álbuns de compilações de materiais já lançados. Assim, ambos os LPs, hoje tidos como tradicionais (WIKSTRÖM; BURNETT, 2009) e os de compilação, têm como lógica originária comum a necessidade de desenvolver processos de seleção musical para preencher a maior duração dos LPs.

Em vez de insistir em uma divisão estrita entre estes dois tipos de álbuns, percebe-se que sua lógica de construção não só se origina nas mesmas estratégias de mercado, mas segue se complementando, com as compilações de Greatest Hits como formas de reempacotar um catálogo de artistas já falecidos ou reavivar carreiras tendendo ao esquecimento (ORDANINI; RUBERA, 2004).

Outro exemplo de como processos de seleção dos álbuns de compilação eram orientados por uma lógica de mercado é a proeminência dos álbuns de novela no Brasil, promovidos pela estreita relação entre TV e música na segunda metade do século XX. Apostando em músicas já produzidas, a Som Livre, gravadora do grupo Globo, buscou uma estratégia de associação entre música e audiência de novelas para vender discos ao mesmo tempo em que dava oportunidade de divulgação para artistas e adquiria vantagens no pagamento de royalties. Marcia Tosta Dias explica que

no caso das gravadoras e o departamento musical da Rede Globo, as negociações que podem ser entendidas da seguinte maneira: querendo a gravadora promover um artista novo que tenha um trabalho pronto, ela deve procurar o departamento musical da emissora para propor a sua divulgação como trilha. Se o artista já está fazendo sucesso, o interesse de fazer sua canção integrar uma trilha sonora diminui, uma vez que a compra do disco da novela, motivada pelo conhecimento daquela canção específica, pode indicar que o disco do artista não foi ou não será comprado, o que não é vantajoso para a gravadora. Mas para a emissora, é importante contar com uma canção de um intérprete consagrado, trazendo ainda maior distinção à novela. Desse impasse surge frequentemente a seguinte troca: promove-se uma canção de um artista novo e a gravadora oferece outra, de um já famoso (DIAS, 2005, p. 316).

As grandes gravadoras mantiveram formatos longos e curtos em coexistência, segmentando os públicos entre adultos e jovens. Os primeiros, com mais dinheiro, associados a uma música de maior vida útil, qualidade e rituais de cuidado com os discos, eram direcionados aos LPs; os últimos enquadrados como público da efemeridade, custo baixo e rápida circulação, orientados aos singles.

A divisão mais clara entre LPs de compilação e LPs que se tornariam álbuns se estabeleceu com o aumento de evidência e poder dos artistas de rock (CRAWFOOT, 2018). Neste período, alguns artistas e produtores começaram a enxergar no formato mais longo a

possibilidade de explorar temas e lógicas de produção, unindo registros por sonoridade, mensagem e seções musicais. No jazz, a gravação no LP também deu espaço à improvisação e à exaltação do gênero a um status artístico e sério (MUELLER, 2015). Frank Sinatra, Beatles, Rolling Stones, The Who e Beach Boys estão entre grandes nomes do pop que direcionaram seu prestígio ao poder de controlar a seleção, sequenciamento e, basicamente, todo o universo simbólico em torno de seus LPs (OSBORNE, 2012).

Baseando-se na performance ao vivo, Sinatra trabalhou com arranjadores e músicos recorrentes em sessões com ordenação próxima de seus concertos, inserindo a variação de tipos e ritmos em disco a partir dessa dinâmica. A seleção das canções era baseada em um clima ou *mood*, ou ainda um título determinado por Sinatra, que então escolhia em torno de 60 canções para reduzi-las às 12 que seriam gravadas e depois organizadas em uma ordem que contasse uma história. Esse tema era então passado à construção da capa, que deveria sintetizá-la visualmente. Considerações parecidas apareceriam também no folk e, como citado, no jazz (OSBORNE, 2012).

A imagem de produto superior e luxuoso do LP seria também capitalizada pelo rock. Os Beatles se destacam nesse aspecto ao introduzir já em seu primeiro disco, com produção de George Martin, um sequenciamento parecido ao usado por Sinatra por meio da simulação do concerto ao vivo, inclusive com som de plateia. Entretanto, foi com *Sgt. Pepper's* (1967) que a banda projetou a distinção entre pop e rock, adicionado a este último a carga simbólica de obra de arte privilegiada pelo LP. O sequenciamento das músicas estabelece uma narrativa, com a faixa-título abrindo e fechando o disco. Além disso, há transições entre as faixas que simulam movimentos da música clássica, e no disco em si não há sulcos de separação entre elas, também simulando peças longas de jazz e álbuns eruditos (MUELLER, 2015). Por ter uma ordenação tão específica, os Beatles ainda exigiram que as edições lançadas em outros países mantivessem as mesmas faixas e a mesma ordem, o que contrariava práticas da indústria da época, que criava edições específicas para países diferentes. Dessa maneira, o processo de seleção e classificação das músicas em um disco de dois lados, cuja separação de lados era pertinente e importante para a unidade temática da audição, passou para o pop de maneira efetiva, atraindo diversos outros artistas para o processo e popularizando os álbuns conceito, como *Dark side of the moon*, do Pink Floyd, e *Tommy*, do The Who (HARVEY, 2016; OSBORNE, 2012).

A partir dos anos 1970, a música pop, ao se apropriar das lógicas de longa duração e suporte luxuoso do LP, passou a ter questionada sua segmentação no single. O disco de longa duração, o álbum, toma seu lugar como o formato padrão de consumo fonográfico, até pelo menos o início dos anos 2000. Nesse período, o single passou a ser material promocional para

o álbum, invertendo a lógica das coletâneas anteriores, e o LP teve diferentes configurações em padrões de comercialização e registro diferentes, na fita cassete e no CD, mas mantendo basicamente o mesmo processo de seleção, organização e temática, narrativa e simbólica.

As alterações que afetaram o álbum nestes novos suportes não foram capazes de minar a importância do formato. A seleção musical continuou ocorrendo em uma mistura de discussões estéticas e mercadológicas, com predominância sobre a organização do LP de vinil. O cassete passa a dominar o mercado durante os anos 1980 e cria novos desafios. Sua tecnologia de gravação em fita em dois lados favorecia a manutenção da organização do álbum, mas exigia que cada lado tivesse a mesma duração, para evitar sobra de fita em um dos lados, o que ocasionaria em um silêncio até a troca. Isso provocava alterações de ordem das faixas e, muitas vezes, adição de faixas bônus para preencher os espaços vazios. Segundo Dylan Crawford (2018, p. 16), álbuns subsequentes ao Sgt. Pepper's dos Beatles, por exemplo, tinham sua ordem mantida nos vinis, mas foram reordenados para lançamento no cassete.

Quanto ao CD, sua ascensão em popularidade durante os anos 1990, por um lado, permitiu a exploração mais ampla do formato álbum com a ampliação do tempo de gravação, alterando decisões sobre duração de músicas e mesmo a manutenção de faixas no álbum. Por outro lado, o suporte digital facilitou a programação de reprodução dos discos em ordens aleatórias ou personalizadas pelo ouvinte, reduzindo a influência do sequenciamento determinado pelo artista – prática que serviu de base para a construção de playlists em reprodutores de MP3 e foi o pivô dos embates sobre a compra de downloads faixa a faixa pelo iTunes entre Apple e indústria fonográfica nos anos 2000 (CRAWFOOT, 2018).

Nos anos 1990 e a partir dos 2000, com o barateamento do acesso à música gravada e a tendência de compra em torno de faixas e não mais de álbuns tradicionais, as coletâneas tiveram diferentes momentos de emergência, mantendo-se como álbuns importantes para rentabilidade das gravadoras, baseadas no catálogo antigo, concentrando hits que atraem consumidores distintos do álbum tradicional. Frente à crise do mercado após a digitalização dos fonogramas, as coletâneas foram investimento seguro para auxiliar nos problemas de rentabilidade (ORDANINI; RUBERA, 2004; WIKSTRÖM; BURNETT, 2009).

No geral, a construção dos álbuns, tradicionais ou coletâneas, terá um espaço distinto da playlist, justamente por se tratar de um produto de distribuição musical, enquanto a última correu paralelamente a seu desenvolvimento como instrumento de difusão. Assim, sua principal diferença reside em seus objetivos. O processo seletivo apresentará semelhanças na busca por unidades temáticas: artistas, temas, climas e sucessos. Mas os álbuns terão em sua materialidade condicionamentos que exigem atenção às sequências e um planejamento de produção musical,

gravação, músicos e arranjadores, enquanto a playlist é composta por pesquisas de público, programadores e construção de bibliotecas musicais e não envolvem a produção do material a ser recomendado. O mesmo se aplica aos álbuns de compilação. Embora mais próximos da playlist e inspiradores de uma vertente comum de playlists encontrada nas plataformas de streaming (ver Capítulo 4), sua seleção tem amarras mais firmes com a reprodução pelo material físico e pela tentativa de reprodução da experiência do álbum. A playlist radiofônica segue ainda uma lógica de seleção baseada em hits, mas a dominância desse procedimento nos álbuns de compilação é muito maior, já que seu suporte é muito mais limitado. Ao apresentar essa distinção, podemos visualizar, baseando-se em Dias (2012), que a difusão radiofônica torna-se o terceiro formato de distribuição musical. Se havia singles e álbuns até os anos 2000, e as faixas separadas canibalizavam a estrutura do álbum, na década de 2010 a indústria buscará consolidar o formato da playlist.

2.3.3 Setlists como roteiros de performance

Enquanto os tópicos anteriores tratavam de formas de prescrição musical por meio de produtos registrados em suportes físicos (fita cassete, disco ou arquivo digital), este último trata de um resultado assentado na experiência da audição em tempo real. Ao abordarem o set – que pode ser traduzido como conjunto ou cenário – como playlist, as definições tendem a ignorar que a lista, neste caso, é um roteiro, uma preparação para uma performance, no sentido de uma experiência estética/artística. Isso significa que há, como em todos os outros, um processo de seleção, mas que se traduz em algo extremamente específico que é delimitado por outro conjunto de expectativas.

Pela forma como a performance é tratada simbólica e ativamente como uma atividade distinta da música gravada, será evitada uma descrição ampla da lógica da performance musical. Busca-se apenas elencar dois elementos sobre os quais a construção do *setlist* pode ser aplicada de forma diferente da construção da playlist. Essas características se referem à formalização do *setlist* no momento da audição da música e no espaço em que esta audição ocorre – condições sintetizadas pela noção de *liveness*.

A ideia de uma performance ao vivo descreve um fluxo de impermanência e interação entre aqueles envolvidos. Em termos da construção da mensagem, nesse sentido, ela é dependente dessas condições para sua materialização. Acompanhando Auslander (2008), entende-se que isso não significa que o ao vivo seja dependente apenas de uma condição de mediação – ausência de qualquer mediação, como a transmissão por rádio ou televisão, pois

esse tipo de mediação tem uma relação profunda com as mesmas características. Entretanto, são justamente essas características que diferenciam a produção de um *setlist* de uma playlist.

O *setlist* é construído a partir da imaginação de um fluxo temporal contínuo compartilhado por artista e público em que a presença é sempre efêmera: cada acontecimento só pode existir no momento, escapando ao registro. É também baseada no compartilhamento de espaço entre o emissor, a mensagem e o público. Como Frith et al. (2013) destacam explorando a história da música ao vivo na Grã-Bretanha, a indústria da música ao vivo envolve a combinação de decisões institucionais e correntes culturais materializadas nos espaços usados para a performance.

É importante destacar que não se considera o *setlist* isolado da música gravada. Até certo momento, essa seleção musical do concerto servia ao propósito de promover a música gravada. As turnês permitiam aos artistas e à indústria fonográfica divulgar seus lançamentos, de onde seus lucros eram obtidos. A partir da explosão do acesso aos fonogramas digitais, essa lógica se inverte com a expansão da música ao vivo, e grandes shows de arena e festivais passam a ser a fonte de lucro, baseada no prestígio e status dos artistas. De uma forma ou de outra, a música performada nesses concertos é decidida com base nas gravações. Um exemplo claro deste fenômeno é a emergência de concertos ao vivo em que são tocados álbuns faixa a faixa – o *setlist* replicando o *tracklist* (AUSLANDER, 2008, p. 29).

Além disso, as orientações de mercado para as estéticas do álbum e do single, que segmentavam públicos adultos e jovens e a representação dos comportamentos nos espaços em que a música de jovens é performada, também condicionaram as possibilidades de realização de concertos ao vivo de certos gêneros musicais, orientando a construção de *setlists* (FRITH et al., 2013). Então, o progressivo desaparecimento da presença inscrita no tempo e o condicionamento espacial dos tipos de música e performance exige que a esta seja percebida como uma constante reprodução de outros textos, materializados de diversas formas, inclusive o *setlist*. Argumentando que o registro escrito é uma forma diferente da gravação, Auslander descreve o roteiro como uma

planta baixa para performances, não suas gravações, mesmo que eles contenham alguma informação baseada na prática da performance. Descrições escritas e ilustrações ou pinturas de performances não são transcrições diretas pelas quais pode-se acessar a performance em si, da mesma forma que mídias sonoras e visuais são⁴² (2008, p. 58, tradução nossa).

⁴² Do original: Scripts are blueprints for performances, not recordings of them, even though they may contain some information based on performance practice. Written descriptions and drawings or paintings of performances are not direct transcriptions through which we can access the performance itself, as aural and visual recording media are.

A observação do autor é importante, pois pode ser usada para destacar a característica de roteiro do *setlist* como um plano ou registro escrito do que deve ou já ocorreu em uma performance e que não pode ser acessado a não ser por meio da performance gravada. Já a playlist, como lista pronta para audição, é um registro para o momento da audição, para o engajamento com a própria playlist, e não com a performance que ela conota.

No caso do *setlist* dos concertos ao vivo, a lista tem dois momentos fundamentais: a prévia e o resultado. Em muitos casos, a performance segue estritamente o roteiro, mantendo fixo o conjunto de canções pré-definido e repetido ao longo de várias performances. Isso aproxima o concerto dos espetáculos teatrais, em que a presença e o corpo são os meios de construção da experiência musical. Em outros, a lista pré-definida é rearranjada ao longo do concerto e de diferentes datas, associadas aos resultados da comunicação com o público e ao contexto em que a apresentação ocorre, que inspira o artista a uma definição. Isso resulta em uma segunda lista que relata, ou registra, a estrutura musical executada naquele concerto.

A imensa quantidade de variações e diferentes abordagens à produção musical popular dificulta estudos sistemáticos sobre a forma como *setlists* musicais são construídos. Uma das estéticas mais reconhecidas sobre essa organização é feita por artistas de rock e sua sustentação na noção de autenticidade. Os concertos de Bruce Springsteen servem de exemplo da forma como é conduzida essa busca por autenticidade e relacionamento com o público por meio do *setlist*. Seus shows são vistos como “mais do que um punhado de canções tocadas ao vivo” (CHIANCA, 2017, p. 178, tradução nossa). Segundo Peter Chianca, a comunidade de fãs do roqueiro acompanha suas turnês e registra em redes sociais o improvisado, o imprevisto e as experiências da performance para outros fãs. Os *setlists* são descritos como experiências únicas, identificando temas para cada turnê e um trabalho artístico de construção de cada show. “Ele cria seus *setlists* para englobar todos os seus capítulos musicais e refletir a passagem do tempo, para levar o público a um lugar imprevisível, independente de suas expectativas”⁴³, cita o autor, analisando as características do repertório de Springsteen (CHIANCA, 2017, p. 180, tradução nossa).

Esse efeito se dá pelo sentido de ritual que se estabelece nestes shows e principalmente pela maneira como, no caso deste artista, as mudanças no *setlist* feitas ao longo do show são percebidas como diretamente influenciadas pelas condições do momento, pela capacidade do cantor de “ler o público” e alterar a ordem prevista, incluir músicas diferentes ou até versões de

⁴³ Do original: He crafts his setlists – like for the Wrecking Ball show mentioned earlier – to encompass all his musical chapters and reflect the tenor of the time, to bring the audience to a place they never anticipated no matter their expectations.

outros artistas para construir uma experiência única. Nick Baxter-Moore (2016), explica que essa percepção sobre o *setlist* motiva o retorno para mais shows e constitui uma valorização ritual dos concertos, como identifica Simon Frith (1998) nas performances ao vivo.

Essa construção pode ser ainda mais clara no caso da música eletrônica, apesar de sua dependência de música gravada. Os DJs tendem a chamar sua performance de set, retirando a ênfase sobre a lista. Pode-se supor que uma das razões para esse movimento é a natureza mais longa de suas performances, em que uma lista não é o principal produto, mas o resultado da festa (ARALDI, 2004). Nesse sentido ainda, um set de DJs se refere ao conjunto de canções executado em uma dada performance e ao próprio momento em que essa execução ocorre. Dessa maneira, a lista prévia se manifesta muito mais como um repertório ou biblioteca disponível do que como um roteiro, já que, da mesma maneira que nas execuções ao vivo, a comunicação com o público informa a performance do set, é uma condição básica para a sua própria existência.

Além disso, a seleção do DJ é apenas parte da constituição do set, que envolve também as técnicas de mixagem e transições não só pela posição em que a música é reproduzida em uma dada lista, mas pelas interações que o DJ estabelece com o público na pista e com outras músicas durante a reprodução contínua (ARALDI, 2004). A playlist não prevê esse tipo intervenção: ouve-se a playlist pela música “original” que ela oferece e pela sequência destas canções, não para novas criações musicais. O DJ cria no set performances situadas no tempo e no espaço em que elas acontecem, resultando em experiências específicas e set exclusivos (LANGLOIS, 1992).

O relacionamento particular do DJ com mercado da música permite que o público ouça músicas que provavelmente não seriam publicados por gravadoras. Os DJs mais celebrados normalmente estão envolvidos nos remixes de gravações de outros artistas, fornecendo uma variedade de interpretações de materiais pré-existent⁴⁴ (LANGLOIS, 1992, p. 230, tradução nossa)

Continuando com o papel dos DJs do rádio, durante o desenvolvimento da atuação dos DJs de casas noturnas, a seleção musical para os sets também exerceu um potencial promotor de músicas desconhecidas, de interesse de artistas desconhecidos e da própria indústria fonográfica. Entretanto, a realidade da performance exige que essa seleção leve em conta o peso da presença ao vivo (ARALDI, 2004; LANGLOIS, 1992).

⁴⁴ Do original: The DJ's particular relationship with the music business allows an audience to hear music that would otherwise probably not be published by record companies. The most celebrated DJs are often involved in re-mixing other artists' recordings, providing a variety of interpretations of pre-existing material

O set, assim, mistura o novo e o familiar, numa costura de diferentes sonoridades como as batidas de uma música sobre a melodia de outra. Nesse processo, ensaios e testes são fundamentais para identificar correspondências entre canções, como as batidas por minuto (bpm), clima e a atmosfera. Isso é usado também para conduzir um tipo de narrativa que inicia mais calmo e termina mais agitado. Isso não significa que o que é planejado é totalmente executado. Tony Langlois, descrevendo a prática musical dos DJs da cena *house* britânica do início dos anos 1990, observa que

espaço considerável é deixado para experimentação e para respostas a reações inesperadas do público que, dado que o DJ apenas ouviu a canção poucas vezes, é um fenômeno regular. São ambos o elemento de incerteza e a necessidade de analisar rapidamente o humor do público que fazem o DJ apreciar a performance. Os DJs com quem conversei não tinham dúvida de que estavam se expressando em uma performance e a consideravam uma ocupação criativa ⁴⁵ (LANGLOIS, 1992, p. 233, tradução nossa).

Assim, tanto nos concertos como nas performances dos DJs, o fator determinante para a materialização do *setlist* final é a experiência ao vivo, a impermanência e a interação com o público. Condições muito diferentes da lógica da criação da playlists que, por mais que possa ser ajustada de acordo com o público, tem uma resposta muito mais lenta e calculada para estas reações, e inspirações distintas da construção em tempo real de uma experiência conjunta.

Agora sim, a construção de programas para orquestras discutida por Kremp (2010) pode oferecer uma melhor base para analisar a criação destas listas, já que a seleção e ordenamento objetivada por essas construções é a da performance. Assim, podem ser identificadas a marca prescritiva e de busca por autenticidade e variabilidade na definição da estrutura de uma apresentação musical ao vivo. Diferentemente dos concertos pop do século XX, porém, não se trata da resposta do público ao vivo neste caso, mas da forma como a seleção musical daquele momento favorecia uma reação posterior, em que a inovação nos programas contribuía para a consagração de orquestras e diretores musicais em seu público de elite.

Os programas de orquestras serviam não só como um roteiro para a construção da performance, mas como um guia para o público acompanhá-la, e em outra direção passaram também a servir como registro histórico (RIDGEWELL, 2010). O *setlist* é, assim, análogo ao programa dos concertos justamente por descrever uma programação indefinida pelo público.

⁴⁵ Do original: considerable room is left for experiment and for responses to unexpected audience reactions, which, given that the DJ may have only heard a record a few times himself, are a regular phenomenon. It is both this element of uncertainty and the need to quickly assess the mood of the audience that DJs relish in performance. The DJs I spoke to had no doubt that they were expressing themselves in a performance and considered it a creative occupation.

Enquanto as performances de ópera e teatro tipicamente (embora certamente nem sempre) apresentam um trabalho único com um título distinto, a maioria dos concertos caracterizam-se pela seleção de trabalhos agrupados apenas pelo título "Concerto", "Recital de Piano", ou algo igualmente genérico, sem um título coletivo. Na ausência de um título distintivo para auxiliar na separação entre um concerto e outro, algum aspecto do conteúdo do programa - a data, local, performer, trabalhos executados - tem que ser moldados em uma lógica sequencial para popular elementos descritivos de padrões de catalogação⁴⁶ (RIDGEWELL, 2010, p. 52, tradução nossa).

Visto desta forma, o *setlist* torna-se a formalização de um evento em que as músicas ou peças registradas são um roteiro, um guia para aquele acontecimento. Por mais rígido que um *setlist* possa ser em concertos, festas ou turnês, a experiência ao vivo cristalizará um momento histórico específico que será descrito pelo *setlist* registrado ao final, orientando a experiência do público tanto em termos de memória como para experiências futuras. Esse inclusive é o espírito da página Setlist.fm (2020), que serve como um banco de dados de *setlists* de artistas produzido coletivamente.

Todas as formas de organização musical aqui exploradas podem ser caracterizadas como prescrição musical. Todas constituem maneiras de construção de um repertório musical que será formalizado em diferentes registros, todos com algum rastro da lista e de suas vertigens. Entretanto, cada um deles tem especificidades que orientam nomes próprios, regimentos de atuação próprios e efeitos próprios. A playlist, em suas três manifestações, constitui-se como um formato distinto, cuja definição e identificação é um importante passo para a compreensão das consequências de sua disputa por ser o formato condensador da difusão e distribuição musicais. A maneira como o ferramental técnico passa a predominar em sua construção, somada à opacidade destas tecnologias ao público e a outros campos de estudo, exigem um olhar detalhado e aprofundado. É o vislumbre dessa estrutura técnica que se pretende explorar a seguir.

⁴⁶ Do original: Whereas opera and theatre performances typically (though certainly not always) present a single work with a distinctive title, most concerts feature a selection of works without a collective title other than 'Concert', 'Piano Recital', or something similarly generic. In the absence of a distinctive title to help distinguish one concert from any other, some aspect of the programmed content—the date, venue, performer, works performed—has to be fashioned into a logical sequence to populate the descriptive elements that cataloguing standards prescribe.

3 PROGRAMANDO A PLAYLIST

Conforme a teoria do formato, compreende-se que as formas de prescrição pela playlist estão atreladas às condições sociotécnicas em que são desempenhadas e estabelecidas, a partir de orientações econômicas e culturais que sustentam o desenvolvimento de seu formato. Neste e no próximo capítulo, volta-se o olhar para estes aspectos, respectivamente. Assumindo que o formato da playlist tem duas manifestações, radiofônica e digital, conforme procurou-se argumentar até o momento, a lógica de sua produção digital tem sido registrada de maneira distinta de sua contraparte radiofônica. Isso ocorre porque enquanto a prescrição radiofônica foi desenvolvida estritamente a partir do campo profissional da comunicação, ainda que sustentada em argumentos de pesquisa de público, a produção da playlist digital parte da lógica radiofônica, mas se desenvolve, desde sua origem, na cotidianidade de um outro campo, o da computação, influenciado tanto por uma perspectiva científica quanto profissional, de negócios.

Isso significa que compreender os aspectos técnicos da playlist digital a partir da comunicação exige uma compreensão do campo da computação que é fundado em métodos e procedimentos bem distintos dos da comunicação, não só por se tratar de um campo científico diferente, mas por abordar o comportamento humano e, por consequência, a comunicação a partir de uma discursividade frequentemente opaca aos não iniciados.

No contexto atual da indústria fonográfica, a playlist digital tende a se consolidar como formato central de difusão e audição musical, ao menos para esta indústria. A automação, neste caso, torna-se o campo de desenvolvimento técnico deste formato, fortemente calcado nessa lógica discursiva e prática da computação, um campo que sustenta sua relevância e eficiência justamente na opacidade de sua linguagem e na justificativa de que sua abordagem é técnica, fria e quantitativa, fugindo do tendenciosismo, subjetividades e falhas psicológicas humanas.

Assim sendo, demonstra-se como essa abordagem se apresenta. Realiza-se uma descrição dos fundamentos da computação, das estratégias de programação de sistemas automáticos de construção de playlists, dos modelos matemáticos que são usados como ferramentas para essa construção e das formas como são avaliados ou realizados experimentos com os algoritmos desenvolvidos. Dessa forma, o enquadramento conceitual da playlist como um formato é sustentado pela maneira como procedimentos de formatação da experiência musical são estabelecidos, e é partir destes procedimentos que se torna possível compreender quais ideias estão por trás daquela playlist que se apresenta como tão conhecedora de gostos, hábitos e preferências do ouvinte.

3.1 Algoritmos: pensamento computacional e ilusão de objetividade

O primeiro passo para compreender como se constrói um sistema automático de recomendação é compreender o que é um sistema de computador. Por trás da apresentação visual e do poder afetivo dos produtos midiáticos e artísticos aproveitados na mídia digital, reside uma forma de organização daquela experiência baseada, em síntese, na pormenorização de seus elementos mais básicos e em sua transformação em quantidades a serem calculadas.

Nestes dois procedimentos articulados de fragmentação dos aspectos de uma experiência midiática ou estética em fundamentos mínimos e o atrelamento destes fundamentos a alguma quantificação, residem os primeiros sinais de que o processo não é tão objetivo quanto pretende ou almeja ser. As decisões sobre o que são tais fundamentos e como quantificá-los por si só orientam o tratamento que aquela experiência irá receber. Entretanto, para que esse básico questionamento possa ser orientado mais profundamente, é necessário olhar para o pensamento computacional sustentado por uma filosofia matemática que organiza a recomendação automática.

O pensamento computacional orienta um cientista da computação à abordagem procedimental de qualquer experiência vivida ou imaginada para organizá-la, compreendê-la e apresentá-la a um outro interlocutor – humano ou não-humano. Trata-se de um quadro conceitual e uma competência cognitiva (GUTTAG, 2016). Da mesma maneira que se desenvolve uma capacidade analítica de compreensão de uma língua e de um comportamento, pode-se desenvolver um pensamento computacional para se organizar aquilo que se apresenta aos sentidos humanos.

Com o uso de máquinas de computação, esse pensamento computacional adquire uma orientação básica capaz de entregar ao computador, dado um objetivo ou problema, os subsídios necessários para que ele calcule e apresente o resultado deste cálculo. Assim, ao compreender-se que um computador será capaz de calcular a solução para um problema, o pensamento computacional permite ao indivíduo saber apresentar ao computador quais são os fundamentos mínimos de tal problema de uma forma numérica, para que este possa então, calcular uma resolução.

Tais pormenores serão sempre formalizados em dois tipos: dados ou instruções. Os dados podem ser qualquer tipo de informação que o programador decidiu ser importante para um problema específico, e as instruções são a forma como o programador decidiu que esta informação deve ser tratada para apresentar um resultado. A um computador sempre serão

apresentados um conjunto de dados que deverão ser calculados de acordo com um conjunto de instruções. Este conjunto de instruções é o que se chama de algoritmo (GUTTAG, 2016).

Assim sendo, a consequência de se compreender este funcionamento básico do computador é que um programador deve, como um pensador computacional, enxergar o mundo como dados, tarefas e conjuntos de tarefas a serem executadas por um computador. O pensamento computacional, portanto, pode ser descrito na seguinte sequência: (1) a análise de uma situação qualquer é realizada, que pressupõe uma ação de intervenção, (2) definindo o que pode ser classificado como informação a ser armazenada, (3) a sequência de procedimentos a serem realizados utilizando estes dados e (4) os resultados de tais procedimentos, novamente armazenados. Dessa forma, se estabelece um olhar analítico procedimental, empenhado na construção do que John Guttag (2016) chama de conhecimento imperativo, um conhecimento “como fazer”, que também pode ser entendido como uma “receita para deduzir informação”. Este seria distinto de um conhecimento declarativo, que realiza “declarações de fato”, ou seja, um conhecimento que descreve algo no mundo real. A manifestação do conhecimento imperativo se materializa na construção dos algoritmos, conforme sua definição formal⁴⁷:

uma lista finita de instruções que descrevem uma computação [uma operação matemática] que, quando executada em um conjunto de entradas (*inputs*), atravessará um conjunto bem definido de estados e eventualmente produzirá uma saída (*output*) (GUTTAG, 2016, p. 2, tradução nossa).

A analogia mais comum é a da receita culinária. Além dos dados disponíveis – os ingredientes –, a receita faz indicações de ações a serem realizadas com estes dados, incluindo a ordem em que se devem realizar as instruções e os testes para indicar quando o processo está completo. Nesse sentido, esse conjunto de ingredientes pode ser combinado de inúmeras formas e resultar em inúmeros pratos diferentes, bem como um conjunto de dados pode ser manipulado de várias maneiras e resultar em programas completamente distintos. Programar em computadores, portanto, é fundamentalmente “o processo de montar uma sequência de operações” (GUTTAG, 2016, p. 2, tradução nossa).

Dessa forma, qualquer sistema de computador deve ser baseado nos ingredientes (dados), classificados como entradas (*inputs*). As entradas são caracterizadas por serem informações armazenadas na memória do computador antes do momento em que o algoritmo é ativado ou durante o uso corrente do software onde o modelo opera. Assim, se um computador apenas faz cálculos e armazena seus resultados, as entradas são as variáveis que o computador

⁴⁷ Do original: an algorithm is a finite list of instructions that describe a computation that when executed on a set of inputs will proceed through a set of well-defined states and eventually produce an output.

usará em seus cálculos, sejam elas disponíveis na memória ou incluídas no momento de uso. Já os resultados armazenados serão as saídas (outputs) que podem tornar-se novas entradas.

Essa divisão entre dados (entradas e saídas) e instruções só é possível por ser baseada num modelo de conhecimento e representação do conhecimento possibilitado pela matemática, uma filosofia que representa o conhecimento de maneira exata por meio dos números. Todo tipo de conhecimento é organizado pela matemática como uma representação numérica e em notações que demonstram as relações entre estes números. Então, as instruções e dados representados em algoritmos carregam essa exatidão e serão resultantes destas relações, desde que respeitem os modelos matemáticos.

Com a ascensão da inteligência artificial como motor deste pensamento computacional, acrescenta-se uma nova camada discursiva, enquanto, de certa maneira, altera-se o papel daquele que alimenta o computador. Não se trata apenas de disponibilizar dados e passar instruções, mas de transformar as próprias instruções em dados para que o computador calcule, também, suas instruções, enquanto o programador fornece procedimentos para que o computador avalie seus resultados e busca, por tentativa e erro, usar novas instruções. Todavia, mesmo que expressões como *machine learning* e redes neurais ativem um universo simbólico mágico de cognição computadorizada, em seu fundamento essa lógica ainda é baseada no mesmo pensamento computacional: informações (que podem ser dados ou instruções) e instruções de tratamento dessas informações inseridas em uma máquina.

Acontece que a decisão sobre a maneira de representar – modelar – o conhecimento, quais conhecimentos e quais os modelos a serem utilizados não é, simplesmente, exata. Pode-se perceber que ao computador são colocados à disposição dois elementos previamente definidos por um ser humano. As informações a serem processadas e a forma como elas serão processadas são, em primeira instância, definidas antes que qualquer cálculo se inicie. Não é propósito deste trabalho desfazer este mito de objetividade em torno da lógica computacional, mas partir dessa percepção para estudar esta fachada objetiva e permitir um vislumbre da relação entre subjetividade e objetividade que aí está. Por isso o compromisso de delinear quais são os dados e informações utilizadas, e como elas são quantificadas para serem apresentadas ao computador. Além do mais, quais os procedimentos, por quais passam esses dados e quais modelos matemáticos são orientados ao computador que ele faça para que encontre a perfeita playlist para quem quer que seja.

Ao serem destacados o desempenho do computador na seleção e apresentação de recomendações, a impressão que fica é que sua habilidade é intrínseca de sua natureza autônoma, descolada de qualquer intencionalidade humana para além da lista obtida. Assim,

ocorre um apagamento da “ideologia imbuída no algoritmo”. A ênfase está na habilidade computadorizada, na vantagem da abordagem computacional, apoiada no discurso da objetividade matemática. Catherine O’neil (2016) destaca os efeitos de ignorar que as decisões tomadas por programadores, muitas vezes, permitem tomadas de decisões baseadas em “preconceitos humanos, mal-entendidos e parcialidades” em sistemas que cada vez mais são utilizados para estruturar a vida cotidiana: desempenho de trabalho, diagnósticos de saúde e, inclusive, consumo de informações e arte.

Esses efeitos são causados pois os algoritmos são construídos a partir de inferências sobre os processos que devem representar, e de escolhas sobre o que deve ser incluído e o que sobra. A vertigem das listas se faz presente sem que o sentimento afete o programador que terceiriza a decisão para a máquina. O que está incluído comporá a versão simplificada e inteligível da realidade construída pelos resultados do processamento, e o que sobrar será relegado como desimportante ou inadequado. Como afirma O’neil:

Nossos próprios valores e desejos influenciam nossas escolhas. Dos dados que escolhemos coletar às questões que fazemos. Modelos são opiniões incorporadas em matemática. [...] Determinar se um modelo funciona ou não, também é uma questão de opinião. Afinal, um componente chave de todo modelo, formal ou informal, é sua definição de sucesso. [...] Devemos perguntar não só quem projetou o modelo, mas também o que essa pessoa ou empresa está tentando alcançar⁴⁸ (O’NEIL, 2016).

A autora preocupa-se principalmente com aqueles modelos que têm consequências práticas em situações materiais da sociedade, como a liberação em condicional de um detento ou a avaliação profissional que resulta em demissão de professores. Todavia, elucidar a presença ideológica nos modelos computacionais e na própria filosofia procedimental da aplicação destes modelos na produção comunicacional pode servir para demonstrar a maneira pela qual as estruturas simbólicas da sociedade estão sendo também constituídas por essa lógica. Se a prescrição musical está sendo realizada por modelos computacionais e tem influência no universo de gosto e simbólico da sociedade, é necessário investigar como essa visão procedimental afeta as escolhas musicais de vastos grupos de pessoas que acessam a música por este formato. Além das óbvias implicações políticas da comunicação regulada por essas estruturas.

⁴⁸ Do original: Our own values and desires influence our choices, from the data we choose to collect to the questions we ask. Models are opinions embedded in mathematics. (...) Whether or not a model works is also a matter of opinion. After all, a key component of every model, whether formal or informal, is its definition of success. (...) “we must ask not only who designed the model but also what that person or company is trying to accomplish.

Destaca-se que os próprios desenvolvedores de tais sistemas identificam os desafios de organizar uma experiência subjetiva a uma lógica binária e exata. Porém, isso não os impede de tentar ou de identificar sua necessária eficiência. Principalmente quando se trata de corresponder aos objetivos das diversas indústrias que dependem da recomendação automática para movimentar seus produtos. Sustentando-se sobre a ideia de que a demanda do público se manifesta pelo desejo de comodidade, a capacidade de um sistema em identificar o que o consumidor deseja poderá ser baseada nos próprios objetivos da empresa (BUGAYCHENKO; DZUBA, 2013).

Como dados a serem utilizados, tende-se a valorizar a resposta explícita do ser humano às construções da máquina como aquela que valide ou permita seu refinamento, mas esbarra-se na dificuldade de conseguir este tipo de resposta – um usuário não está necessariamente disposto a fornecer avaliações para tudo que lhe oferecido, o que move os programadores na direção de inferências baseadas em comportamentos dos usuários registrados dentro do sistema, que se tornam então as avaliações usadas para orientar o programa (JAWAHEER; SZOMSZOR; KOSTKOVA, 2010). Os próprios sistemas de recomendação musical são categorizados por estes dois tipos de informação. Mesmo que o implícito ou explícito possa ser composto de uma infinidade de diferentes categorias, todos os sistemas serão divididos entre aqueles baseados em dados sociais, aqueles baseados em conteúdo ou os híbridos que misturam ambas as categorias de informação (TIEMANN; PAUWS; VIGNOLI, 2007).

Espera-se demonstrar com as descrições e análises deste e do próximo capítulo que são essas categorizações e divisões as responsáveis por construir muito das mensagens musicais consumidas em plataformas de streaming. Mesmo quando a decisão humana é um fator central, os dados de uso e avaliação são modelados por esses regimes de conhecimento imperativo.

3.1.1 Uma nota sobre processos de *machine learning*

A emergência da inteligência artificial foi citada anteriormente como um fator acirrador do apagamento dos elementos subjetivos inerentes à lógica algorítmica. Muitos dos sistemas de recomendação analisados aqui não só usam algum processo deste, mas os tratam como padrão em propostas como essa, nem se dando ao trabalho de explicá-los ou nomeá-los.

A expressão *machine learning* é a mais citada no corpo de trabalhos analisados. A que se refere essa expressão? De forma simples, o aprendizado da máquina é uma técnica de programação que procura reduzir o processo de análise humana dos problemas a serem resolvidos, passando-os para o computador. Tende a ser usada em problemas de previsão e identificação de informações, como análise de imagens. Em vez de um programador analisar

um conjunto de dados para definir quais seriam as instruções que compõem o algoritmo, registrá-las e processá-las no computador, ele analisa o próprio processo de análise. Quer dizer, diante de um grande conjunto de dados – *datasets*, o programador registra instruções sobre como analisar problemas e cria algoritmos de análise para que o computador os processe. A repetição das análises dos dados resultará na identificação de quais instruções devem ser usadas para obter o resultado desejado. Assim, ao repetir as análises várias vezes sobre cada um dos dados do conjunto e obter um retorno sobre essa análise, o computador “aprende” quais foram as instruções que tiveram os melhores resultados e as registra como a melhor forma de calcular aquele tipo de informação.

O uso da expressão aprendizado remete diretamente à ideia de inteligência artificial. Entretanto, o *machine learning* aplica apenas essa concepção de maneira estreita, usando apenas uma abordagem de inteligência que é o aprendizado de tarefas. Enquanto, segundo Rebala, Ravi e Churiwala (2019), a inteligência artificial busca desenvolver uma máquina inteligente pela mistura de diversas abordagens e replicar ou simular o comportamento da mente humana em computadores (NEAPOLITAN; JIANG, 2018), o *machine learning* procura replicar o processo de aprendizado. Pode-se então compreender a segunda como um subgrupo da primeira.

Então, para que o aprendizado humano seja traduzido em forma de conhecimento imperativo – conjunto de instruções –, ele precisa ser categorizado em camadas diferentes de aprendizado e compreendido como um processo de etapas. Assim, é possível que a cada nova etapa um tipo de informação seja adquirido e novamente processado. Em síntese, o aprendizado é compreendido como uma sequência de percepções e registro dessas percepções. Por isso mesmo, o *machine learning* é aplicado em tarefas de identificação de padrões. Diante de um grande grupo de informações classificadas, o computador deverá aprender quais os padrões – o que se repete e em que nível se repete – no conjunto de dados disponível. Esses padrões registrados poderão ser, então, usados para identificar os mesmos padrões em outros conjuntos, ou novos dados adicionados ao mesmo conjunto.

Técnicas de *Machine Learning* permitem à máquina melhorar sua performance baseando-se em resultados anteriores e treinamento por humanos. Mais especificamente, técnicas de aprendizado da máquina para reconhecimento de padrões procuram classificar dados (padrões) baseando-se em conhecimentos anteriores ou em informações estatísticas extraídas de padrões. Os padrões a serem classificados são normalmente grupos de medições ou observações, definindo pontos em um espaço multidimensional apropriado⁴⁹ (TZANETAKIS, 2002, p. 6, tradução nossa)

⁴⁹ Do original: Machine Learning techniques allow a machine to improve its performance based on previous results and training by humans. More specifically pattern recognition machine learning techniques aim to classify data (patterns) based on either a priori knowledge or on statistical information extracted from the patterns. The patterns to be classified are usually groups of measurements or observations, defining points in an appropriate multidimensional space.

Ou seja, escolhe-se um conjunto de dados e selecionam-se instruções para que sejam classificados esses dados a partir de recorrências internas. Por exemplo, em um fonograma, pode-se instruir o computador a identificar quantas vezes os dados que indicam uma certa frequência aparecem e registrar que um nível de vezes será associado a um instrumento musical. Após realizar os cálculos e apresentar a indicação deste valor – a quantidade de vezes em que uma frequência se repete, o computador pode declarar se há ou não este instrumento em uma faixa. Diante disso, o programador pode indicar um outro nível em que esse padrão se repete, e fazer com que o computador faça novos cálculos.

O programador fornece os dados e instruções que determinam quais dados devem ser comparados e, principalmente, em que nível um padrão identificado é compreendido como um resultado satisfatório. Normalmente essas instruções orientam o computador a registrar uma classificação (agrupamento) dos dados baseados nesses padrões ou calculados baseados na probabilidade de certos padrões ocorrerem. O aprendizado está no processo de refinamento dessas classificações. A cada etapa de aprendizado, são calculados novos valores atribuídos aos dados que determinam se essa informação deve ou não ser classificada em um determinado padrão.

O exemplo citado acima é chamado de “audição computadorizada”. O uso de expressões como essa sempre estabelece relações com processos humanos de aprendizado e percepção, entretanto, como visto, enquanto os resultados procuram ser reproduções dos resultados humanos, os processos são muito distintos: em vez de “perceber” um tipo de som, o que o computador faz é receber quantidades de informação em diferentes categorias e identificar quais destas quantidades pertencem a novos agrupamentos. Como Brian Whitman explica:

Audição pela máquina ou audição computadorizada preocupa-se em extrair a estrutura, os símbolos ou ligação semântica de sinais de áudio. Reconhecimento de fala usando modelos Markov escondidos é uma aplicação de audição maquina, como uma fonte de separação de fontes, detecção de andamento, identificação de instrumentos e transcrição musical. Todas essas tarefas primeiro requerem que o algoritmo veja os dados de áudio de alguma forma que leva em consideração a percepção humana, minimiza redundâncias e permite que operações de similaridade e correspondência sejam realizadas⁵⁰ (WHITMAN, 2005, p. 37, tradução nossa).

⁵⁰ Do original: Machine listening or computer audition is concerned with extracting structure, symbols or semantic attachment from audio signals. Speech recognition using hidden Markov models is an application of machine listening, as is source separation, musical beat tracking, instrument identification and music transcription. All of these tasks first require that the algorithm view the audio data in some form that takes into account human perception, minimizes redundancy and allows for similarity and correspondence operations to be performed.

Os comandos programados no algoritmo são determinados de maneira a não exigir a intervenção humana nas identificações dos padrões que ele procura. Ou seja, o algoritmo realiza tarefas que são repetidas até que padrões alcancem um nível de repetição aceitável para que tais procedimentos não sejam mais necessários. Frente a um conjunto de dados analisado e um resultado esperado – a recomendação propriamente dita e a reação a ela –, algumas fases da “receita de bolo” são descartadas, sem que um humano refaça a sequência de instruções. A “audição maquina” torna-se “aprendizado” à medida que padrões identificados se acumulam. Todas as vezes em que buscas por similaridade ou previsões estatísticas estiverem envolvidas nos modelos descritos a seguir, pode-se inferir que alguma variação de *machine learning* está sendo aplicada.

3.2 A constituição dos modelos computacionais de recomendação musical

O funcionamento dos sistemas de recomendação pode ser dividido três diferentes momentos: as entradas, os processos e as saídas. As entradas são, como visto, o conhecimento convertido em informação representada de maneira quantificável que será utilizada pelo computador para realizar seus cálculos. Os processos se referem aos algoritmos, o passo a passo de instruções que estabelece como as entradas serão calculadas. O que sustenta esses processos são modelos de tratamento dos dados baseados em fórmulas e postulações matemáticas, principalmente ligados às teorias dos conjuntos, grafos e estatística, já que os cálculos realizados buscam realizar classificações e previsões. Por fim, as saídas se referem aos resultados destes cálculos, os possíveis agrupamentos ou as probabilidades associadas à uma informação que possibilitam a classificação destes dados. Cada um desses aspectos do processo tem suas particularidades que são descritas na sequência.

3.2.1 Inputs: conhecimento matematizado

Como dito, os sistemas de recomendação necessitarão de um tipo específico de codificação dos conhecimentos para que possam resultar em saídas também específicas. Essas serão as informações alimentadas no sistema. Utiliza-se o termo “informação” da maneira como são denotados das proposições de sistema de recomendação musical. Nesse sentido, são chamadas informações ideias representadas por uma codificação reconhecível pelo computador. Essa maneira de compreender informação é claramente influenciada pela teoria

da informação de Claude Shannon (1953, 1948), pioneiro e figura central do campo, que terá proeminência no entendimento dessa lógica de produção.

A partir dessa concepção, verifica-se que as informações usadas nestes sistemas são ideais ou concepções representadas na forma de suas composições mais básicas ou na combinação destas composições que compõem o todo. Uma analogia útil é a do átomo, tido por muito tempo como a composição mais básica da matéria. Entretanto, assim como o próprio átomo, trata-se apenas de uma maneira escolhida por alguém para representar a formação da matéria. Isso significa que, ao se acessar uma informação, o que se acessa é a forma de codificação determinada por uma abordagem específica, e que haveria inúmeras outras possibilidades de representá-la. Partindo dessa premissa, percebe-se que os dados usados para a construção da playlist se formam de uma maneira que exhibe uma percepção prévia sobre esses próprios dados, ou ainda, conduz a uma percepção sobre eles.

O pensamento computacional expresso nas publicações sobre a construção automática da playlist concebe a informação musical a partir da identificação de parâmetros fragmentados sobre a música que são muito mais detalhados do que aqueles utilizados pela pesquisa de público aplicada na playlist radiofônica, mas ao mesmo tempo mais descolados da forma fluída com que estes parâmetros são usados na vida prática. Enquanto um programador de rádio convivía cotidianamente com promotores, artistas e ouvintes que influenciavam o registro final de uma música como válida ou não para o perfil de uma rádio, os dados musicais usados para a playlist automática são registrados no fonograma pelos mesmos promotores, artistas e ouvintes, desviando do registro daquele que, normalmente, orientava a atribuição de significado àquela faixa em particular. Nesse sentido o conhecimento agregado dos registros digitais precisa ser transformado em quantidades a serem calculadas. A maneira como se faz essa transformação é descrita nesta seção.

Predominantemente, a construção da playlist automática se baseia na tentativa de prever o nível de apreciação que um ouvinte demonstrará por uma música em dado contexto de audição. Assim, o gosto seria manifestado em alguma forma de avaliação quantitativa, e o papel do computador é prever o nível de avaliação que um ouvinte atribuirá àquela música. O dado principal de um fonograma digital não é seu gênero, seu autor ou se ele contém ou não um instrumento particular, mas a avaliação atribuída, ou que possivelmente seria atribuída a ele por um usuário. Este é o fundamento do tratamento que as informações musicais devem receber antes mesmo de serem processadas.

Porém, para que seja possível prever qual seria a nota que um ouvinte daria a um dado fonograma é que outras informações são importantes, e a relevância dispensada a um dado ou

outro pode revelar percepções acerca da música. Essa relevância será mais claramente exposta nas estratégias de modelagem ou processamento destes dados, ou seja, na forma como certos dados são ou não tratados para serem calculados pelo computador.

Considerando, então, que as avaliações são a principal informação a ser levada em conta pelos sistemas, a forma como esse registro ocorre é categorizada entre implícita ou explícita. A informação implícita pode ser inferida por comportamentos registrados do ouvinte sem que ele ativamente declare sua opinião sobre a origem daquele comportamento. Avaliações registradas em outros sites que não o próprio sistema ou o próprio fonograma são exemplos deste tipo. Já as informações explícitas são aquelas que foram registradas de forma voluntária e ativa, por meio de elementos visuais que promovem sua reação. Outra forma de descrever esses dois tipos de informação é como entradas dos usuários (explícitas) e conhecimento de fundo (implícitas). As implícitas também poderão ser informações não diretamente identificadas como comportamentos do ouvinte, mas como características do fonograma, chamadas de informações baseadas em conteúdo ou em contexto (BONNIN; JANNACH, 2014).

As avaliações explícitas exigem uma ação por parte do usuário do sistema e por isso são mais difíceis de se obter, porém são entendidas como de maior valor de uso, já que exprimiriam uma opinião concreta. Assim, dependem de uma inserção proposital e explícita no sistema de forma a solicitar retorno a seu usuário e, por consequência, serão usadas diretamente na maneira como o sistema opera. Na sua grande maioria isso se dará na forma de avaliações mesmo, com notas atribuídas ao fonograma, à recomendação, ao artista ou à playlist. Em outros casos, serão solicitados não apenas valores atribuídos, mas palavras ligadas a sentimentos, sensações e outros significados culturais que possam ser atribuídos pelos usuários.

No caso de notas, usuários são representados por vetores, caracterizados por pares de informação faixa-preferência, esta segunda marcada como um número em escala de 1 a 5, ou binário – se o botão de *like*/curtida foi pressionado ou não (ANGLADE; TIEMANN, 2007). Essas notas podem ser organizadas também por relacionamentos em grafos, em que usuários, faixas e artistas são pontos ligados por traços que estabelecem relações em que “um usuário gosta de uma faixa, um artista é similar a outro artista”⁵¹, uma faixa é similar a outra ou uma faixa é de um artista (BUGAYCHENKO; DZUBA, 2013, p. 367, tradução nossa).

Por sua natureza de inclusão ativa, essas seriam as únicas formas de organização deste tipo de avaliação explícita. Entretanto, a atribuição de outras avaliações expressas socialmente

⁵¹ Do original: Edges of the graph represent relations between entities: a user likes a track, an artist is similar with another artist and so on.

também são obtidas para serem usadas em si mesmas, ou para servirem de fonte para a criação de categorias próprias baseadas na frequência de repetição destas entradas feitas pelos usuários, podendo ser retiradas de redes sociais como o Last.fm (HARIRI; MOBASHER; BURKE, 2012; TARAMIGKOU et al., 2013) ou provocadas pelo próprio sistema (KAMINSKAS; RICCI; SCHEDL, 2013). No caso deste tipo de avaliação textual, caminha mais para a lógica contextual da avaliação implícita e é usado nesse sentido, para compreender o contexto de escuta do usuário. Porém, como dito, por se tratar de uma expressão provocada, tende a ser valorizada como de melhor qualidade (GREEN et al., 2009; JACOBSON et al., 2016). Essa informação textual é quantificada normalmente pela frequência com que aparece nos registros, não importando o sentido textual, mas a quantidade de vezes em que aquela informação foi usada. A expectativa é que o efetivo conteúdo semântico será adicionado posteriormente pelo próprio usuário.

A organização dos dados a partir de comportamentos de expressão dos usuários exhibe a busca por um relacionamento direto entre prescrição e audição, numa possível troca comunicativa. Isso é reforçado pela forma limitada com que se pode obter essas informações, dependente do voluntarismo do usuário, e pela valorização que se dá a essa fonte de informações. Todavia, a tabulação quantitativa demonstra a fragmentação do comportamento de audição que será processado em relação a vários outros comportamentos, à revelia do que um perfil único pode significar.

Por sua vez, as avaliações implícitas seriam abundantes, mas de menor qualidade por serem baseadas em inferências. Tendem a ser classificadas como predominantemente contextuais, se referindo a condições de escuta, afinidades sociais e de gosto genérico, como curtidas em páginas e perfis de artistas ou álbuns no Facebook (BOSTANDJIEV; O'DONOVAN; HÖLLERER, 2012). A principal, por ser intrinsecamente quantitativa, é o número de reproduções registradas por usuário a uma faixa.

A suposição básica é que o número de reproduções representa o nível de preferência de um usuário a um fonograma de forma proporcionalmente direta. O relacionamento entre estes números, entre usuários, músicas e artistas também é usado como representação de proximidades de gosto. O conhecimento ou envolvimento deste usuário com um determinado tipo de música, som ou gênero torna esta informação relevante para o caso de se considerar a recomendação de músicas ainda não conhecidas por este usuário (LEE; LEE, 2011). Pode também ser considerada como parâmetro para estabelecer similaridades entre artistas ou pressupor influência entre usuários. No primeiro caso, assume-se que níveis parecidos de reprodução entre artistas e usuários representam essa similaridade (BUGAYCHENKO;

DZUBA, 2013). No segundo, a audição por um usuário com alta reprodução de outros fonogramas em níveis próximos de outro com quem tem conexões explícitas – é seguido ou é amigo – pode servir de parâmetro para aumentar as chances deste fonograma ser bem avaliado por este amigo. “Nas condições mais simples, podemos recomendar um artista novo para um usuário num tempo próximo após um amigo ter ouvido o mesmo artista”⁵² (PÁLOVICS et al., 2014, p. 273, tradução nossa).

O número de reproduções, ou simplesmente a ação de reproduzir uma música, pode ser relacionada ao histórico de reproduções que constitui uma playlist para o sistema. Neste caso, a ordem em que foram registradas as reproduções indica as interações do usuário com o sistema e oferece a ele uma identificação de contexto (HARIRI; MOBASHER; BURKE, 2012; JANNACH; LERCHE; KAMEHKHOSH, 2015).

Outra forma de considerar o histórico de reproduções uma fonte de contextos sociais, culturais e emocionais é a fragmentação desses comportamentos por meio do registro dos horários de reprodução e dos enquadramentos de tempo em que tais audições ou mesmo as avaliações explícitas consideradas acima aconteceram. Realiza-se isso pela leitura de períodos do dia ou de tempo em que um determinado fonograma foi acessado, ouvido ou ignorado pelo usuário. Assume-se que “suas ações durante um determinado intervalo de tempo podem ter efeitos sobre suas decisões nos próximos minutos”⁵³ (YANG et al., 2012, p. 91, tradução nossa). Considera-se que hábitos podem ser alterados de acordo com acontecimentos pontuais ou sentimentos ocasionados por acontecimentos como o sucesso repentino de uma nova música. Portanto, levar em conta o período de tempo como determinante das condições de escuta é considerado uma quantificação viável destes contextos.

Essa aplicação do histórico é análoga à quantificação, não das reproduções, mas do aparecimento de canções em outras playlists produzidas por humanos. Uma forma de avaliação implícita que validaria a hierarquização dos fonogramas produzida pelo sistema é considerar a quantidade de repetições de uma faixa em playlists humanas que tenham características comuns com a que o sistema quer produzir (HARIRI; MOBASHER; BURKE, 2012; SACHDEVA; GUPTA; PUDI, 2018).

Como base para otimização, usamos conjuntos de playlists musicais criadas manualmente e compartilhadas por entusiastas. Usamos a taxa de sucesso para acessar em que nível os algoritmos são capazes de selecionar faixas que também foram

⁵² Do original: In the simplest setting, we may recommend a new artist a to a user u closely after a friend v listened to the same artist.

⁵³ Do original: his/her actions during current time interval might have effects on his/her decisions in the next few minutes.

selecionadas por outros usuários⁵⁴(JANNACH; LERCHE; KAMEHKHOSH, 2015, p. 187, tradução nossa)

De outra maneira, estes quadros temporais também podem ser mais convencionais como manhã, tarde, noite ou dias úteis e fins de semana, podendo ser fontes para estabelecimento de perfis de escuta (CEBRIÁN et al., 2010) e podem indicar também o período em que um perfil de usuário pode influenciar outro, conforme visto acima (PÁLOVICS et al., 2014).

A quantificação de tempo poder ter um outro aspecto, não no sentido de períodos do dia ou semana, mas na quantidade de tempo dedicada ao fonograma. Isso aparece como uma possível avaliação da recomendação realizada. Não só a música é compreendida como menos apreciada caso o usuário não a ouça em sua completude, como a qualidade da oferta para aquele contexto pode ser avaliada como ruim caso o usuário decida por não ouvi-la. “O usuário pode ouvir a música inteira – quando ele provavelmente gosta – ou pode pedir uma nova faixa – presume-se, quando não gosta do que está sendo reproduzido”⁵⁵ (MOLING; BALTRUNAS; RICCI, 2012, p. 76, tradução nossa). Essa medida também pode se referir à playlist como um todo, a partir do tempo gasto em uma dada “estação” ou playlist escolhida.

Finalmente, as “avaliações” implícitas surgem, ainda, não na forma de registros de comportamento de audição, mas de elementos estritamente contextuais da música, e podem ser divididos em dois tipos: aqueles que se referem à música e aqueles que compõem o fonograma, ou seu conteúdo musical.

No primeiro caso, conhecidas como metadados, são informações acerca do fonograma não registradas pelo ouvinte no sistema, mas anteriormente, em outras fontes, como os próprios produtores dos arquivos, usuários em outros sites de redes sociais ou ainda fontes editoriais ou de usuários em outros tipos de sites da internet como a Wikipédia e publicações musicais (KAMINSKAS; RICCI; SCHEDL, 2013; TIEMANN; PAUWS; VIGNOLI, 2007). Assim, tais informações podem ser baseadas em conteúdos ou interações sociais ou de experts. Esses conteúdos, como curtidas e compartilhamentos no Facebook, artigos sobre artistas e gêneros musicais da Wikipédia e postagens no Twitter de pessoas que agregam conteúdos sobre música são alinhados aos perfis musicais de usuários do sistema, quantificados pela mesma lógica, frequência de repetição de informações e contagem de reproduções (BOSTANDJIEV; O'DONOVAN; HÖLLERER, 2012; JACOBSON et al., 2016).

⁵⁴ Do original: As a basis for the optimization, we use pools of music playlists that were manually created and shared by music enthusiasts. We use the track hit rate to assess to which extent the algorithms are capable of selecting tracks that were also chosen by the users.

⁵⁵ Do original: The user can listen to the played music track either fully (when he probably likes it), or can request a new track (presumably when he does not like what is currently played).

Uma fonte recorrente é o banco de dados do Last.fm, que congrega um histórico vasto de avaliações e outras conexões entre usuários, artistas, eventos e gêneros musicais. Além disso esses bancos de dados oferecem outros tipos de associações, como sentimentos de felicidade, calma, nostalgia e tristeza, mais uma vez sendo classificadas por frequência de uso de tais expressões (HARIRI; MOBASHER; BURKE, 2012; TARAMIGKOU et al., 2013). Outras informações mais numéricas também podem ser obtidas, como a data de lançamento, que também pode marcar semelhanças (JANNACH; LERCHE; KAMEHKHOSH, 2015; TARAMIGKOU et al., 2013)

Junto aos metadados, o segundo tipo de informações usadas como conhecimento implícito são aquelas que constam do fonograma em si. Esses dados podem ser descritos também como metadados a partir do processamento digital de sinais que permitem a identificação melódica, rítmica e timbral dos fonogramas e são tidos como importantes identificadores, pois independem do julgamento social ou cultural dos usuários para serem registrados. Se foram identificadas no sinal, estão lá, objetivamente (DONALDSON, 2007). Mais uma vez, a lógica é de aproximação por frequência de aparecimento das características identificadas; dadas as semelhanças entre os áudios de faixas reproduzidas, tenta-se prever as reproduções de faixas que ainda não tocaram (TIEMANN; PAUWS; VIGNOLI, 2007).

A quantificação está, portanto, no centro do tratamento dos dados e sua escolha está associada às concepções básicas de que uma faixa com mais reproduções é uma faixa que será apreciada. Faixas similares, pelo sinal do som ou pelas etiquetas culturais associadas, terão maiores chances de serem reproduzidas em conjunto. Nesse sentido, o conteúdo das informações importa apenas em seus padrões recorrentes e não em seu sentido para o ouvinte. Ainda assim, há a consciência de que estes sentidos são importantes e que permitem aos programadores escolher como dados relevantes aqueles que se referem às convenções da indústria musical, como gêneros, instrumentos e épocas de lançamento, mas também emoções associadas às músicas por meio de palavras-chave. Isso possibilitará aos sistemas uma categorização própria para a criação de tópicos automaticamente, com base nessas frequências (HARIRI; MOBASHER; BURKE, 2012) ou para uma combinação de diferentes dados e abordagens, usada na retórica do Spotify (JACOBSON et al., 2016), por exemplo, que entenda esses dados como intercambiáveis, capazes de serem usados em diferentes formas de previsão sobre o comportamento do usuário.

3.2.2 Instruções: estratégias e etapas de modelagem e previsão

Se as decisões sobre quais dados usar, sua qualidade e a forma que eles têm são parte importante da compreensão desses sistemas, os processos de interação entre eles determinam uma hierarquização. O raciocínio por trás das instruções dadas ao computador é materializado então nos passos que segue para chegar a uma previsão. Esses passos envolvem estabelecer diferentes relações entre diferentes tipos de dados. A cada nova relação estabelecida, mais uma escolha sobre quais são os dados mais importantes é determinada.

Realiza-se um agrupamento dos processos identificados nas publicações baseando-se na categorização feita por Bonnin e Jannach (2014) e no relacionamento entre os campos de estudo da recuperação de informações musicais – *Music Information Retrieval* (MIR) – e dos sistemas de recomendação (RS). Não se dá muito destaque a essa divisão principalmente porque a implantação dos sistemas de recomendação é, em grande parte, inseparável da recuperação de informações. Entretanto, para auxiliar na identificação de modelos define-se que os sistemas de MIR são aqueles desenvolvidos para identificar características musicais em fonogramas digitais. Assim os algoritmos aplicados realizam a busca por padrões como explicado anteriormente – *computational listening* é uma aplicação de MIR. Já os sistemas de recomendação constroem-se sobre essa base, buscando estabelecer relações entre as características dos fonogramas e características de um usuário específico, o que resulta em recomendações personalizadas.

As abordagens de MIR e RS na construção da recomendação musical tendem, como observado nos tipos de dados usados, a lidar com a modelagem de conteúdos dos fonogramas ou de comportamentos dos usuários. Predominante nessas escolhas estão dados de uso com ênfase às avaliações já realizadas por ouvintes. Em relação a eles são envolvidos também aqueles que representam quantidades de reprodução ou interrupção de uma canção, pois podem ser compreendidos também como avaliações.

O que desponta como estratégia fundamental para a previsão é, simplesmente, comparar este tipo de informação – avaliação – entre diferentes usuários e identificar padrões entre eles. Assim, se dois usuários ouvirem uma playlist completa sem interromper ou passar para a próxima faixa, isso é identificado como um padrão entre estes dois ouvintes e que, portanto, em outro momento essas músicas terão a mesma avaliação – serão ouvidas até o fim. Uma forma mais simples seria através dos botões *like*, que estabelecem uma avaliação binária a um fonograma. No caso, em um universo de fonogramas, a repetição de *likes* entre dois usuários

possibilitaria ao computador prever que fonogramas avaliados positivamente por um, que não foram ainda ouvidos por outro, quando ouvidos, seriam avaliados positivamente.

Procedimentos que envolvem esse tipo de análise comparativa dos comportamentos entre ouvintes são chamados de filtragem colaborativa – *Collaborative Filtering* (CF). Eles descrevem a maneira como um computador agrupa ou classifica usuários e fonogramas de acordo com as similaridades de avaliações registradas aos fonogramas pelos usuários, e calcula as chances de as avaliações se repetirem entre eles. Com base nessas chances, o sistema pode construir uma playlist musical para qualquer um dos ouvintes no sistema.

A emergência dessa estratégia em peso nas publicações analisadas se justifica por estarem no âmbito da RecSys, em que o foco são os sistemas de recomendação, e não as pesquisas sobre recuperação de informação musical. Assim, há predominância da construção individualizada de ofertas baseada em entradas explícitas (avaliações) e implícitas (reproduções e classificações) e não apenas na recuperação de dados. A nomenclatura também é significativa no contexto de publicação, pois o computador não está filtrando os fonogramas, nem contando com a colaboração voluntária de nenhum ouvinte. O que de fato faz é atribuir uma hierarquização de sentimentos a perfis de usuários e fonogramas com base em sua audição/avaliação realizada no passado e em estatística.

Na verdade, a filtragem é entendida como as ações de avaliação executadas pelo próprio usuário. A filtragem colaborativa trata do envolvimento humano no processo de seleção de informações recebidas por um indivíduo ou máquina. Esse envolvimento é como uma filtragem, no sentido de que a ação humana frente a um tipo de informação – neste caso um fonograma – é registrada e utilizada como parâmetro para a categorização desta informação (GOLDBERG et al., 1992). Seu nome tem origem no desenvolvimento de uma técnica de filtragem de e-mails chamada Tapestry, que buscava determinar quais e-mails seriam mais relevantes ao usuário à medida que a quantidade de mensagens aumentava exponencialmente (SU; KHOSHGOFTAAR, 2009). A definição dada por Goldberg et al. enfatiza a interpretação humana do acesso à informação:

Filtragem colaborativa simplesmente significa que as pessoas colaboram para ajudar umas as outras a filtrar por meio do registro de suas reações aos documentos que elas leem. Essas reações podem dizer que um documento foi particularmente interessante (ou particularmente desinteressante). Essas reações, de maneira mais geral chamadas de anotações, podem ser acessadas pelos filtros de outros. Uma aplicação de anotações é o suporte à newsgroups moderados⁵⁶ (GOLDBERG et al., 1992, p. 61, tradução nossa).

⁵⁶ Do original: Collaborative filtering simply means that people collaborate to help one another perform filtering by recording their reactions to documents they read. Such reactions may be that a document was

A filtragem colaborativa está presente em muitos dos trabalhos analisados, considerada por algumas publicações a mais usada e corroborada pelo levantamento aqui realizado, principalmente se forem levadas em consideração suas aplicações em modo híbrido. Com ela, os sistemas agrupam usuários em comunidades baseando-se no histórico de comportamento e compartilhamento entre usuários (ANGLADE; TIEMANN, 2007), identificam contextos pelo agrupamento de padrões de comportamento e fornecem ao usuário informações sobre a lógica deste agrupamento (CEBRIÁN et al., 2010), ou calculam o peso de eventos imediatos em comparação a outros usuários para corresponder a um contexto de audição musical (YANG et al., 2012). Cada uma dessas abordagens é apresentada como uma proposta para avançar em problemas encontrados por sistemas de recomendação, principalmente as dificuldades em determinar os gostos de um usuário que ainda não possui informações no sistema, sem que seja necessário usar informações das músicas a serem recomendadas. O contexto de solicitação da música é uma destas soluções. Outro problema pode ser o viés de popularidade,

em que o sistema torna-se enviesado na direção de itens que são populares em meio a população geral de usuários. Os itens "óbvios" são, tecnicamente, extremamente relevantes, mas falham em ser novidade. (...) mantendo a filtragem colaborativa ainda conseguimos produzir itens novos e relevantes. Isso é alcançado utilizando a distribuição em cauda longa do comportamento de audição dos usuários, em que suas playlists são enviesadas para poucas músicas enquanto o resto das músicas, aquelas na cauda longa, tem baixas reproduções, relativamente⁵⁷ (LEE; LEE, 2011, p. 213, tradução nossa).

Outros elementos com os quais a filtragem colaborativa lida demonstram a concepção de que audição musical é, conforme a própria perspectiva atesta, socialmente relevante e influenciada pelo nível em que pessoas do mesmo gosto se influenciam (PÁLOVICS et al., 2014; SHARMA, 2014) e temporalmente influenciada pela mudança de gostos das pessoas ao longo do tempo ou pelas condições em que se encontram em determinado momento – à noite, de manhã, em uma tarde chuvosa – ou atividade, como o karaokê (WU et al., 2013). Usar atributos adicionados pelos próprios usuários na forma de *tags* pode também servir como parâmetro para este agrupamento social. Essas *tags* “fornecem classificações definidas pelo

particularly interesting (or particularly uninteresting). These reactions, more generally called annotations, can be accessed by others' filters. One application of annotations is in support of moderated newsgroups.

⁵⁷ Do original: popularity bias, in which the system becomes skewed towards items that are popular amongst the general user population. These 'obvious' items are, technically, extremely relevant items but fail to be novel. In this paper, we maintain using collaborative filtering methods while still managing to produce novel yet relevant items. This is achieved by utilizing the long-tailed distribution of listening behavior of users, in which their playlists are biased towards a few songs while the rest of the songs, those in the long tail, have relatively low play counts.

usuário sobre artistas, caracterizando o gênero da música de um artista” (KAMINSKAS, 2009, p. 336, tradução nossa).

A questão central é a identificação de que existe um padrão de gosto socializado e que, encontrando o nível de fragmentação correto de elementos da experiência musical, seria possível correlacionar o registro de comportamentos humanos e prever suficientemente bem seu gosto musical. A suposição básica é de que “pessoas que concordaram no passado provavelmente concordarão novamente” (LEE; LEE, 2011, p. 214). Perceba-se o paradoxo da personalização-socialização do gosto em que busca-se superar a prescrição musical do programador radiofônico que, de certa forma, impõe sua percepção a seus ouvintes, enquanto se entrega uma seleção única para cada ouvinte, mas tal seleção é baseada na socialização voluntária ou não de outro usuário, muitas vezes idêntica e não singular como se declara.

Surgindo às vezes como estratégia principal, mas muitas vezes como acessória para resolver o problema do início sem informações, está o tratamento dos dados implícitos e dos dados de conteúdo – metadados, sinal e publicações editoriais. Quando aplicadas de forma única, os sistemas buscam estabelecer similaridade entre os próprios fonogramas, tendendo a ignorar práticas de audição. As aplicações destes algoritmos de similaridade costumam relacionar dados do próprio sinal sonoro, criando perfis de fonogramas para conectá-los a usuários. Assim, as chances de uma música ser ouvida ou avaliada positivamente estarão ligadas não ao histórico de avaliações dos ouvintes, mas ao nível de semelhança sonora entre dois fonogramas. Essas são chamadas de estratégias de processamento de sinal digital – *Digital Signal Processing* (DSP) – que identificam, por exemplo, a predominância do som de uma guitarra em duas canções, e calculam a probabilidade de serem avaliadas positivamente pelo usuário e portanto, sua posição classificada para a recomendação (KAMINSKAS; RICCI; SCHEDL, 2013).

Além do sinal sonoro, estas estratégias de similaridade podem ser sustentadas por dados textuais descritivos incluídos no arquivo digital, os metadados, com o procedimento do processamento de linguagem natural – *Natural Language Processing* (NLP). Estes metadados também podem ser sociais, atribuídos por ouvintes, ou podem ser incluídos pelo processador do sinal com base em uma listagem definida pelo programador. Assim, ao agrupamento em que o algoritmo incluiu as duas músicas em que o processador de sinais identificou predominância de guitarra, o computador pode decidir chamar pelo seu gênero, rock, ou por uma categoria descritiva *guitar music*, ou outra categoria disponibilizada pelo programador. Modelando os dados de acordo com o que foi identificado como relevante. O processamento do sinal está sempre em constante risco de ser dependente do que Marius Kaminskas (2009, p. 405) chama

de “características musicais de baixo nível” (*low level musical features*), e que não têm conexão com o tipo de requisições de “alto nível” – informações semânticas, como uso de certos instrumentos ou climas da música – realizadas por humanos. Por isso o processamento de linguagem natural é usado para contrapor ou complementar esse tipo de abordagem.

A similaridade pode ser observada também pelo histórico do comportamento do usuário. Diferente do filtro colaborativo, a lógica aqui é calcular o peso de músicas baseando-se apenas nas características destas canções e no histórico individual.

Nosso sistema gera uma experiência de audição no estilo playlist baseando-se em três tipos de sementes: artistas, faixas e gêneros (...) É importante notar que os principais artistas e faixas são calculados por afinidade, que é a medida de preferência esperada para um usuário em relação a uma faixa ou artista, baseando-se em seu histórico de audição. O número de canções recomendadas por meio do uso de uma determinada semente, depende no peso do tipo da semente e da prioridade que usada dentre as sementes do mesmo tipo ⁵⁸ (JIN; TINTAREV; VERBERT, 2018, p. 14, tradução nossa)

Os problemas comuns apontados neste tipo de abordagem consistem no fato de que a similaridade das faixas pode representar uma indesejada homogeneidade da playlist, com repetição de artistas, faixas e andamentos, e da alta demanda de processamento colocada sobre o computador ao lidar com cada um dos arquivos. Nesse sentido, exhibe-se a pressuposição, que pode ser extraída diretamente das perspectivas da produção da mixtape, de que a playlist deve ter variação de artistas e sons.

Se a busca por similaridades pode demandar um alto poder de processamento, então uma outra estratégia é, antes de mais nada, buscar similaridades em vastos bancos de dados, em playlists e registros de audição recuperados de um histórico e identificar padrões de similaridade de informações já atribuídas a fonogramas anteriores. Chamados de modelos estatísticos e modelos de mineração de padrões, estas estratégias implicam em colocar em perspectiva curvas padrão de semelhança estatisticamente e não uma comparação específica de cada arquivo. Neste caso, a análise de semelhanças recai sobre os agrupamentos e não aos fonogramas em si. Grupos já criados, manual ou automaticamente, são analisados para exibir padrões que podem ser repetidos em outros grupos. Isso pode ser identificado tanto em

⁵⁸ Do original: Our system generates a play-list style listening experience based on three types of seeds: artists, tracks, and genres. We use the active user’s top artists, tracks, and genres as input seeds. It is worth noting that the top artists and tracks are calculated by affinity, which is a measure of expected user preference for a particular track or artist based on her/his listening history. The number of songs recommended through the use of a particular seed depends on the weight of the seed’s type, and the priority of the used seed among the seeds of the same type

informações sobre o sinal sonoro quanto aos registros de metadados dos fonogramas e padrões de comportamento de usuários.

Dos padrões minerados, é possível que os sistemas criem suas próprias categorias em que serão agrupados os fonogramas de acordo com sua recorrência. Como na filtragem colaborativa, a lógica está em identificar repetições, mas diferente de uma previsão de dados não presentes, baseando-se em dados de outros usuários. A lógica aqui é associar a recorrência de dados a temas emergentes pelos próprios dados. Esses padrões podem servir por exemplo para atribuição de *tags* em comum entre localizações geográficas – Pontos de Interesse (POI) – e fonogramas para uma recomendação baseada em contextos (KAMINSKAS; RICCI; SCHEDL, 2013) ou para criar *tags* baseadas em padrões de características musicais e metadados identificadas nos fonogramas (CELMA, 2016; SACHDEVA; GUPTA; PUDI, 2018). Todos esses trabalhos identificados como calculadores de padrões são usados explicitamente para lidar com a questão da criação da playlist e sua dependência com a transição entre faixas, o que serve para entender a percepção destes programadores para com a playlist resultante da repetição. A escolha de músicas para uma sequência não reflete apenas categorias difíceis de definir como gênero, clima ou timbre, mas da forma como as músicas se relacionam entre elas na prática de audição, um problema resolvido pela identificação da maneira como esses usuários sequenciam as músicas.

Nossa abordagem minera as *tags* mais frequentes para canções originadas em sites de taguemento social e usa modelagem de tópicos para determinar um conjunto de tópicos latentes para cada canção, representando diferentes contextos. Usando um banco de dados de playlists compiladas por humanos, cada playlist é mapeada em uma sequência de tópicos e padrões de sequências frequentes são descobertos dentre estes tópicos. Esses padrões representam sequências frequentes de transições entre tópicos que representam contextos. Em uma sequência de canções em uma interação do usuário corrente, os padrões descobertos são usados para prever o próximo tópico da playlist⁵⁹ (HARIRI; MOBASHER; BURKE, 2012, p. 131, tradução nossa).

Neste último caso, é interessante notar que a playlist é uma fonte de informação, algo que surge pouco nos trabalhos analisados. Isso torna essa proposta algo próximo dos tipos de abordagem de caso, explicadas logo à frente. Entretanto, não são sequências em si, mas os tópicos gerados a partir da repetição de sequências que determinam a classificação apresentada. Nestes processamentos de similaridade, de mineração ou estatísticos, a estratégia reside em

⁵⁹ Do original: Our approach mines the top frequent tags for songs from social tagging Web sites and uses topic modeling to determine a set of latent topics for each song, representing different contexts. Using a database of human-compiled playlists, each playlist is mapped into a sequence of topics and frequent sequential patterns are discovered among these topics. These patterns represent frequent sequences of transitions between the latent topics representing contexts. Given a sequence of songs in a user's current interaction, the discovered patterns are used to predict the next topic in the playlist.

concluir que o gosto está ligado ao tipo de som da música, sua instrumentação, seu andamento, variações melódicas e às classificações culturais atribuídas a ela, como climas e temperamentos. A lógica é baseada assim pela noção de percepção sonora e codificação da percepção. Atribui-se a certas frequências, certas características sonoras, a predominância sobre outras a fim de ser capaz de agrupar diferentes fonogramas. As nuances de percepção do ouvido humano e seus contextos de audição são tratadas como elementos secundários.

Um agravante das proposições estatísticas é que, além de serem diluídas na codificação perceptual, nuances de gosto são ainda mais reduzidas pela previsão estatística. Alguns justificam esse tipo de redução por meio da ideia de que os padrões que mais se repetem têm maior grau de coerência entre ouvintes, e acentua-se ainda mais a contradição entre personalização e socialização, já que não se trata de uma mera probabilidade baseada na comparação entre duas avaliações, mas de uma concepção de similaridade sonora derivativa, desconectada da vida prática.

A abordagem de comparação de casos busca justamente lidar com essa vida prática dos ouvintes, buscando similaridade não entre dados de fonogramas, mas entre históricos de playlists que foram marcadas como bem-sucedidas. O trabalho consiste em apresentar a uma solicitação de playlist um resultado baseado em outras respostas a solicitações semelhantes que tiveram avaliações positivas – entenda-se níveis quantitativos de audição ou respostas explícitas. São quatro diferentes etapas, portanto: primeiramente, uma playlist deve ter dados registrados que representam suas qualidades, depois deve-se processar a semelhança entre as playlists, normalmente da mesma forma como se processam as semelhanças entre fonogramas – dados por dados ou estatisticamente – e, por fim, devem-se identificar os problemas – as solicitações de playlists – e se calcular a relação entre estes problemas. Mais uma vez, são empreendidas as mesmas comparações de similaridade (BONNIN; JANNACH, 2014).

A vantagem conceitual desta abordagem é que ela se baseia não apenas numa concepção de similaridade de gosto por repetição de avaliações ou por uma concepção arbitrária de percepção sonora, mas por preocupar-se em identificar o contexto ou problema – a solicitação da playlist. Além disso, a comparação é realizada não entre diferentes características selecionadas pelo programador, mas em listas efetivamente oferecidas e suas avaliações. Nesse sentido, se aproxima mais das práticas do programador radiofônico pesquisador, que busca em dados de audiência a decisão sobre as ofertas musicais, enquanto melhora esta avaliação com base nos fonogramas à disposição e no tempo de programação da estação, e não necessariamente no que é oferecido por uma gravadora ou apenas em padrões de audição específico. Nota-se que, dos trabalhos estudados, nenhum apresentou essa abordagem

explicitamente, ou deixou transparecer o uso de casos. Obviamente, todas as implicações anteriores ainda se mantêm, já que a concepção de que a similaridade de audições pressupõe proximidade de gosto e que os fatores que determinam a semelhança entre problemas e soluções também são ainda em certo nível atribuídas arbitrariamente pelo programador.

As abordagens de otimização discreta descrevem estratégias de inserção de restrições após a ocorrência de outro processo. Assim, o resultado de classificação de uma lista por meio de cálculos de similaridades ou estatísticos podem ser refinados a partir da inclusão de filtros como limites para inserção de um gênero, ou quantidade de audições de uma faixa. Trata-se então da inclusão de uma nova fase no processo de previsão. A inserção deste tipo de regra é apresentada para a criação de playlists imediatas, levando em consideração a música sendo reproduzida imediatamente. Assim, as ações correntes do usuário acrescentam restrições, como o impedimento de usar um mesmo artista ou a necessidade de mudar um critério de seleção de acordo com a interrupção de reprodução de uma faixa, ou seja, mudar um canal ou os critérios de seleção “todas as vezes que o usuário solicita outra música ou quando a atual termina”⁶⁰ (MOLING; BALTRUNAS; RICCI, 2012, p. 75, tradução nossa).

Em nossa abordagem, primeiro usamos coleções de playlists musicais compartilhadas para selecionar faixas adequadas com precisão. Em seguida, aplicamos um esquema de otimização genérico de re-ranqueamento para gerar continuações da playlist que correspondem às características das últimas faixas reproduzidas⁶¹ (JANNACH; LERCHE; KAMEHKHOSH, 2015, p. 187, tradução nossa).

As faixas e as playlists são primeiro selecionadas e depois rearranjadas de acordo com regras instituídas no momento exato da necessidade da recomendação, buscando estabelecer uma relação contextual entre a última faixa e a próxima.

Deixadas por último, as técnicas híbridas são as que aparecem em segundo lugar nos trabalhos estudados. Como pode-se perceber, os tipos de estratégias tendem a complexificar a análise, introduzindo novas variáveis ou combinando diferentes tipos de dados. Entretanto é impossível separar essas abordagens da lógica quantitativa e probabilística, pois essa é a única maneira de automatizar os procedimentos computadorizados de recomendação. As técnicas híbridas não escapam dessa lógica. Todavia, tentam lidar com os problemas identificados nas abordagens singulares, ao misturar conteúdos e colaborações. Para uma categorização completa

⁶⁰ Do original: to decide what channel to play every time the user asks for a new music track or the current track finishes playing.

⁶¹ Do original: In our approach, we first use collections of shared music playlists, music metadata, and user preferences to select suitable tracks with high accuracy. Next, we apply a generic re-ranking optimization scheme to generate playlist continuations that match the characteristics of the last played tracks.

das várias formas de hibridação, Bonnin e Jannach resumem as aplicadas para a playlist, enquanto Robin Burke (2002) as descreve de maneira geral.

Em todas as abordagens híbridas, a lógica é a combinação de diferentes informações, tratadas por atribuição de pesos diferentes para cada tipo de informação ou simplesmente combinando seus resultados (BOSTANDJIEV; O'DONOVAN; HÖLLERER, 2012, p. 39; TIEMANN; PAUWS; VIGNOLI, 2007). Os resultados de um tipo de recomendação podem também servir de subsídios para outra, para o refinamento das previsões ou agrupamento de padrões. Em todos a personalização e descoberta de novidade são os valores subjacentes centrais, enquanto o discurso aparente é sempre conduzido em torno da eficiência do sistema e da satisfação do usuário (CHOU et al., 2016; DONALDSON, 2007). Como na apresentação proposta por programadores do Spotify, conteúdos publicados na web e sinais sonoros modelam os “gostos dos usuários por meio de análises de grupos” e são baseados em seus “padrões de audição históricos e em tempo real. Os dados gerados por essas análises têm garantido que nossos produtos de descoberta são precisos e auxiliam nossos usuários a aproveitar música e mídia por todo o nosso catálogo” (JACOBSON et al., 2016, p. 373, tradução nossa). O tom publicitário dessa fala traduz a lógica da aplicação híbrida característica dos atores que estão na ponta, lidando diretamente com o cunho comercial das recomendações: quanto mais dados e dos mais variados tipos, melhor podemos garantir personalização e descoberta.

Todos esses modelos abordam os dados desta forma. A filtragem colaborativa, os baseados em conteúdo e os híbridos, todos orientam sua atuação para estruturar uma experiência personalizada sustentada pelo social ou pelo cultural, em que a pressuposição básica é que gostos semelhantes se atraem. Identificam problemáticas como a repetição e a concentração das mais tocadas, mas não questionam as contradições que estes desafios indicam nessas concepções. A solução, em geral, parece ser apenas ampliar a quantidade e variedade de dados a serem processados. Um resumo das abordagens é apresentado na Tabela 4 - Estratégias de Programação de Recomendação Musical e Produção de Playlists Automáticas, mas ainda falta observar o tipo de representação matemática que sustenta essas estratégias, o que será detalhado a seguir.

Tabela 4 - Estratégias de Programação de Recomendação Musical e Produção de Playlists Automáticas

Nome	Tipos de Entrada	MIR ou RS	Métodos de Análise	Descrição
Algorítmicos baseados em similaridade	Conteúdo sonoro, metadados, sociais	MIR e RS	Posicionamento em uma matriz ou grafo	Mapeia-se o fonograma com base em suas características sonoras, de metadados e outros dados disponíveis e estabelece-se uma função matemática que determina as similaridades deste mapa com os mapas das outras canções disponíveis.
Filtragem Colaborativa	Dados de uso	RS	Posicionamento em uma matriz ou grafo	Baseia-se na avaliação comunitária explícita ou automática, como um botão gostei ou números de audição, adição a playlists pessoais e taxas de “skip” – passagem de uma música para outra sem terminar de ouvi-la.
Mineração de Padrões Frequentes e Modelos Estatísticos	Metadados e Conteúdo Sonoro	MIR	Estatístico e Probabilístico	Separados pelos autores, são aqui reagrupados por tratarem-se de uma mesma abordagem: buscar padrões de similaridades numa escala global de um banco de dados. Tipos de regras de busca: - de associação: analisa-se estatisticamente o relacionamento entre um grupo de dados e outro - sequencial: a ordem desses grupos é importante para a estatística de relação entre eles.
Raciocínio baseado em casos	Metadados e Conteúdo Sonoro	RS	Comparação com histórico	Ofertas são baseadas em um banco de problemas e soluções (casos) previamente estabelecido. Ou seja, diante de uma canção ou tema, playlists criadas anteriormente servem de modelo, de acordo com a similaridade, para novas playlists adaptadas para uma nova busca.
Otimização Discreta	Metadados e Conteúdo Sonoro	RS	Restrições e Regras pré-estabelecidas	De acordo com um grupo de faixas e características estabelece-se um conjunto de restrições que deverão determinar o resultado oferecido. Assim otimiza-se o resultado baseando-se no grupo específico de dados disponíveis.
Técnicas Híbridas	-	-	-	Combinam diferentes técnicas anteriores considerando resultados de um primeiro algoritmo como subsídios para o próximo como resultado misto.

Fonte: BONNIN; JANNACH, 2014 - Elaboração do autor

3.2.2.1 Modelling: fórmulas de representação para a modelagem

Como visto, as estratégias aplicadas pelos programadores se referem à organização das instruções que o computador deverá seguir, a maneira como um conjunto de informações deve ser tratada. Porém, a declarada objetividade dos processos não é baseada nessas decisões, mas no que está imbuído nelas e na maneira como são construídas. Os cálculos que estabelecem as chances de uma música ser ouvida em relação ao histórico de audições, ou a probabilidade de

uma certa avaliação ser atribuída a um fonograma ou uma gradação de proximidade entre dois itens em um banco de dados, são orientados por modelos matemáticos pré-estabelecidos pelo campo, que são aplicados aos diferentes dados. É comum que estes nomes, fórmulas e abordagens sejam repetidos nas publicações sem qualquer explicação sobre sua operação, bastando-se descrever quais são as variáveis envolvidas e seus resultados.

Por isso, compreendem-se estes termos não só como modelos matemáticos, mas como jargões da indústria que escondem a operação do algoritmo (SEAVER, 2017). Portanto, é preciso estabelecer uma lógica simbólica e filosófica entre estes diferentes modelos e nomes para que se compreenda a maneira como as quantificações dos dados são realizadas para a previsão de comportamentos. Assim, mais do que um glossário de modelos e abordagens matemáticas, traça-se uma linha contínua de sentidos entre eles.

Algumas destas nomenclaturas dão o tom da abordagem matemática generalizada de todos os modelos e do problema fundamental da digitalização que é a tradução de representações. Outras se referem a processos específicos de identificação e processamento de sinais e outras, a postulações de probabilidade e lógica estatística, que buscam realizar as previsões. De maneira geral, se a organização dos dados é realizada como cálculos quantitativos, o campo da matemática provê as propriedades dos números e seus relacionamentos que permitirão estes cálculos.

Duas expressões aparecem frequentemente. São os processos estocásticos e de decisão Markov (CHOU et al., 2016; HARIRI; MOBASHER; BURKE, 2012; MOLING; BALTRUNAS; RICCI, 2012; SACHDEVA; GUPTA; PUDI, 2018; TARAMIGKOU et al., 2013; WU et al., 2013). Ambas são abordadas como uma forma de compreender o mundo que permite organizar processos sobre uma variável em etapas, quebrando suas partes estados discretos sucessivos possíveis. Em cada um destes estados são levantadas as possibilidades de ação e suas consequências sobre os dados, construindo assim cenários futuros. Cada um destes cenários tem níveis probabilísticos de ocorrer de acordo com as possibilidades de ação. Esta abordagem fundamental alimenta o pensamento computacional para a criação de etapas de um algoritmo e permitem previsões sem que seja necessário testar cada uma das etapas efetivamente.

Os processos ou problemas de Markov são assim descritos, no trabalho de Moling, Baltrunas e Ricci:

De forma geral, um MDP é definido por: (-) Um conjunto de estados S , modelando as possíveis situações diferentes que um tomador de decisões pode enfrentar; (-) Um conjunto de ações A , listando as possíveis ações alternativas, ou decisões, que o decisor pode tomar; (-) Uma função de valor real $T(s, a, s')$ que define para cada combinação de estado s e ação a , a probabilidade de fazer uma transição para um novo

estado s' . Isso é chamado de "modelo de ambiente" porque descreve a reação do ambiente para as decisões tomadas. (-) Uma função de valor real de recompensa $R(s, a, s')$ que mede o retorno obtido pelo decisor quando realizando uma transição de estado particular depois da aplicação de uma ação⁶² (MOLING; BALTRUNAS; RICCI, 2012, p. 77 - tradução nossa).

Tanto este como o enquadramento conceitual estocástico são úteis, por exemplo, para o processamento de sinais. Dado que um fonograma digital em si mesmo é um conjunto de informações, um sistema de processamento deve ser capaz de identificar as recorrências de informação contidas nele, e para isso utiliza diferentes etapas para a identificação e classificação destes dados (SHANNON, 1948). Cada uma destas etapas corresponde ao cálculo da probabilidade de obter um novo dado diante da aplicação de um tipo de cálculo específico.

Compreender o som como um sinal permite a inscrição da música e da comunicação sonora ao campo dos processadores de sinais. Esses processadores estão enraizados pelos estudos de percepção sonora que exibem uma série de pressuposições sobre a maneira como podemos representar quantitativamente as características inerentes do som e as características perceptivas do som. Ou seja, uma descrição da composição do som em si e seu relacionamento com a forma como os seres humanos percebem ou registram este mesmo som. Essas descrições são realizadas por meio da representação matemática que permite estabelecer funções ou regras que orientam a identificação e categorização dos diferentes sons registrados ou transmitidos por diferentes tecnologias (STERNE, 2003; STERNE, 2012).

O som é assim representado como um vetor que contém três propriedades: a frequência e pressão sonoras e o tempo em que elas ocorrem. Normalmente representada no domínio do tempo, os valores de pressão sonora em um fonograma são expressos ao longo do tempo em suas diferentes frequências. Entretanto, este sinal pode ser decomposto em frequências singulares por meio de uma relação matemática dada por uma equação chamada de Transformada de Fourier (KAMINSKAS; RICCI; SCHEDL, 2013).

Para compreender essa formulação é necessário entender que o som é captado por meio da pressão do ar que uma determinada fonte sonora exerce sobre o equipamento que capta o som, o microfone por exemplo. Qualquer som gravado, e na verdade a maioria dos sons, terá uma combinação de diferentes frequências que, se representadas em uma onda, não serão

⁶² Do original: In general, a MDP is defined by: (-) A set of states S , modeling the possible different situations that the decision maker can face; (-) A set of actions A , listing the possible alternative actions, or decisions, that the decision maker can take; (-) A real-valued function $T(s, a, s')$ that defines for each state s and action a combinations, the probability to make a transition to the new states'. This is called the "environment model" because it describes the reaction of the environment to the decisions taken. (-) A real-valued reward function $R(s, a, s')$ that measures the payoff obtained by the decision maker when making a particular state transition after the application of an action.

observadas como uma onda constante, mas como uma complexa variação de pressões que se somam. O desafio deste processamento de sinal reside justamente na capacidade de separar essas ondas combinadas para identificá-las como um som único, vindo de uma fonte única específica – um instrumento, uma voz etc.

A lógica matemática dessa equação indica uma mudança na identificação dos parâmetros que representam as frequências em um som. Isso significa que, em vez de identificar a intensidade/pressão do som em um período de tempo, identifica-se a intensidade do som ao longo de um espectro de frequências. Para essa transformação, utiliza-se uma equação matemática que determina a relação entre a variação das intensidades no tempo e as variações entre as frequências, postulando que um sinal pode ser representado pela soma de curvas mais simples – senóides. A equação de Fourier permite quebrar esta soma e identificar quais são essas curvas simples que então podem ser interpretadas como uma frequência sonora específica.

Fundamentalmente, a representação do som como frequências constantes de pressão no ar é uma das aliadas nesse processo de quantificação. Essas frequências são traduzidas em um espectro que delimita o que o ser humano consegue perceber e que relaciona as diferenças entre uma frequência e outra dentro deste intervalo perceptível. Entra o espectro *cent*, que determina os intervalos entre uma nota musical e outra (frequências específicas) em uma relação que exhibe linearmente a passagem de uma nota para outra – a maneira como o ser humano conceitua essa mudança – enquanto registra a gradação exponencial entre essas frequências – a maneira como se mede numericamente a transição entre essas frequências.

Outra escala usada para essa relação é a Mel. Mais uma vez, a lógica aqui é de representação. Neste caso, estabelece-se uma escala de relação entre o que é percebido da frequência de um som com o valor em números desta frequência. Isso é necessário pois, para a codificação perceptual e a psicoacústica, a percepção humana do som é linear, enquanto as alterações de frequência são exponenciais, logarítmicas. Os coeficientes cepstrais de frequência mel descrevem as características do som a partir das frequências presentes nele, possibilitando assim sua identificação entre conceitos humanos como o da voz, do som de um instrumento, do clima de um ritmo, etc. (CHOU et al., 2016; DONALDSON, 2007; KAMINSKAS; RICCI; SCHEDL, 2013; KOENIGSTEIN; DROR; KOREN, 2011).

Estes processos basicamente procuram organizar as informações do arquivo digital de áudio em números quantificáveis por meio dos quais é possível identificar padrões. As equações que estabelecem estes relacionamentos buscam reduzir o grau de abstração de tais dados para um nível que faça sentido ao ser humano, em vez de apresentar apenas números que para uma cultura musical pouco representam. É com base nessas representações numéricas que se

aplicam técnicas de identificação de similaridade que poderão identificar o tipo de informação musical constante em um fonograma.

Uma das formas de calcular a co-ocorrência de informações entre dois conjuntos é a Métrica de Similaridade Jaccard, fórmula matemática para analisar a similaridade de informações entre um fonograma e outro. Simplesmente, ela postula que o coeficiente ou métrica entre os dois será a quantidade de itens iguais entre os dois dividida pela quantidade de itens dos dois conjuntos. O índice resultante pode ser usado para classificar os fonogramas como mais semelhantes ou menos e agrupá-los para realizar a recomendação. Com base neste cálculo, é possível criar tópicos latentes – obtidos das informações mais recorrentes – e atribuí-los aos arquivos de áudio (BRAUNHOFER; KAMINSKAS; RICCI, 2011; KAMINSKAS; RICCI; SCHEDL, 2013).

Outro modelo deste tipo, o coeficiente de correlação Pearson, é usado para determinar quanto a média de ocorrências de um dado é assimétrica em relação ao que se espera. É portanto um coeficiente de teste, calculando a distribuição de ocorrência de dados entre duas variáveis. A partir de um conjunto de dados em que se conhece a média de ocorrências de um tipo de som ou qualquer outra informação, compara-se as médias calculadas pelo sistema por meio desta equação em que o resultado pode servir como base para que o sistema seja (ANGLADE; TIEMANN, 2007; TIEMANN; PAUWS; VIGNOLI, 2007; YANG et al., 2012).

Uma forma destacada de classificar semelhanças para prever avaliações é a Fatoração de Matrizes, normalmente associada às técnicas de filtragem colaborativa. Para uma matriz de dados sobre fonogramas e usuários, o objetivo é encontrar as avaliações mais próximas para algum fonograma entre os diferentes usuários e então propor uma possível avaliação para um filme que não foi avaliado pelo usuário. A fatoração de matrizes busca simplificar essa computação, já que a quantidade de usuários e dados de avaliação tem a possibilidade de ser imensa (KOENIGSTEIN; DROR; KOREN, 2011; MOLING; BALTRUNAS; RICCI, 2012; PÁLOVICS et al., 2014; YANG et al., 2012).

Basicamente, fatorar é descrever algo na forma de multiplicação, neste caso, isso é feito estabelecendo duas matrizes, uma que se refere a informações do usuário criando um vetor usuário-característica-avaliação e outra que se refere a dados do fonograma, criando um vetor fonograma-característica-avaliação. Então, o produto da multiplicação dessas duas matrizes resultará em uma matriz completa de previsões de avaliações dependentes das características selecionadas.

É usado também para a criação de classificações, não apenas avaliações. Assim, da mesma maneira que prevê avaliações, pode prever o nível de uma característica para um dos

vetores a partir da média de outras características. Assim, não é necessário que se atribuam manualmente os dados a um fonograma ou usuário mas que se atribua a ele, com base nos dados que já existem, por meio da fatoração (CHOU et al., 2016; HARIRI; MOBASHER; BURKE, 2012; SACHDEVA; GUPTA; PUDI, 2018).

A aplicação da fatoração de matrizes exhibe a preocupação em manter e otimizar a capacidade de processamento e peso dos dados. Em conjuntos de dados muito grandes, o uso de poucos atributos combinados será muito mais vantajoso do que de todos eles de uma vez. Assim sendo, a lógica matemática de simplificação pelas formas de representação tem um grande peso. A ênfase nesse tipo de técnica exprime a relevância da gestão técnica dos processos de recomendação dada pelos programadores.

Outros nomes, outras fórmulas e adaptações aparecem, mas essas explicações são suficientes para perceber como a confiança em relacionamentos matemáticos entre diferentes variáveis servem de apoio e de matéria-prima efetiva para a construção e operação destes sistemas. São confiados a padrões de proximidade estatísticos a criação de perfis de usuários, características sonoras, decisões de avaliação e afetos provocados por locais e sons. As relações são lineares, exponenciais e proporcionais. Busca-se dar conta da variedade de possibilidades pela quantidade de dados e não pela incerteza e subjetividade. Tudo isso levando em conta a eficiência e capacidade física – econômica – das máquinas. A associação entre níveis quantitativos abstratos de expressão e relações simbólicas é sempre dependente de inferências. Para sustentar essas inferências, a seguir, observam-se os modos de avaliação e julgamentos de valor que operam essa aproximação entre dados e experiência musical.

3.2.2.2 Outputs: como se avaliam as saídas?

As saídas de qualquer um destes processamentos são as playlists em si. Listas de músicas compiladas com base nos índices atribuídos aos fonogramas de acordo com os critérios descritos acima. Entretanto, não se propõe analisar esses produtos, mas seu processo, ou seja, conceitua-se como saídas a maneira como são analisados por seus produtores. Nesse sentido, são detalhadas formas de avaliação destes resultados como uma análise do âmbito de produção, e não de consumo. Que procedimentos são aplicados para avaliar os resultados de classificação realizados?

Nota-se que há consciência sobre a necessidade de aproximar a produção automática da experiência vivida pelos usuários, o que se infere com base na predominância de experimentos e testes feitos com usuários reais que avaliam o sistema. Em um caso, por exemplo, as

avaliações, limitadas a uma pequena participação, foram atribuídas à playlist oferecida por diferentes sistemas e também a playlists humanas feitas pelo site Pitchfork, sem que o pesquisado soubesse qual era o sistema sendo avaliado. Porém ao final, diante das comparações entre usuários, retorna a previsibilidade estatística, atribuindo um índice sobre o qual um “itinerário com uma trilha sonora gerada por um método era selecionado sobre o número total de vezes que era oferecido em um dos dois”⁶³ itinerários sugeridos (KAMINSKAS, 2009, p. 407, tradução nossa).

Mais variadas foram as pesquisas em que usuários avaliavam as playlists feitas apenas pelo sistema proposto, ou variações desse próprio sistema. No primeiro caso, a proposta de associar a playlist a locais de interesse reais exigiu um experimento em que o roteiro de viajantes por locais turísticos associado a recomendações musicais fosse efetivamente realizado por usuários. A avaliação buscou perceber se o sistema fez associações entre os pontos e a música marcadas como relevantes pelos pesquisados. Essa pesquisa marca uma evolução da mesma proposta do autor anterior, complexificando sua pesquisa sobre a relação entre pontos de interesse (POI) e música. Orientando o pesquisador a fazer uma rota indicada por um guia eletrônico no celular, músicas eram apresentadas sempre que o sujeito aproximava-se de um POI. O comportamento registrado cria a primeira fonte de avaliações:

Se a faixa recomendada era percebida como inadequada, os pesquisados podiam também selecionar uma faixa alternativa originada de uma lista misturada de quatro possíveis alternativas: duas geradas aleatoriamente e duas com índices alto índice de similaridade música-POI. Imediatamente após visualizar os detalhes de um POI e ouvir a música de acompanhamento, os pesquisados eram perguntados, em uma caixa de feedback, três questões relacionadas ao POI e à música recomendada: a) “Quanto você gostou do POI?”, b) “Quanto você gostou da música?” e c) “Foi uma boa música para este POI?”. As duas primeiras questões eram avaliadas em uma escala de 5 estrelas (com uma estrela sendo a nota mais baixa e 5 a mais alta), enquanto a terceira questão solicitava apenas uma resposta “Sim” ou “Não”⁶⁴. (BRAUNHOFER; KAMINSKAS; RICCI, 2011, p. 255, tradução nossa).

Essa pesquisa demonstra que uma conexão direta com a experiência do espaço, tempo e contexto cultural foram aplicadas no estudo da recomendação oferecida, mas também destaca

⁶³ Do original: Selection probability is estimated as the ratio of times an itinerary with a soundtrack generated by one method was selected over the total number of times it was offered in one of the two suggested itineraries in a recommendation session.

⁶⁴ Do original: If the recommended music track was perceived as unsuited, subjects could also pick an alternative music track from a shuffled list of four possible alternatives: two randomly generated and two with high music-to-POI similarity scores. Immediately after viewing the details of a POI and listening to the accompanying music, subjects were asked, in a feedback dialog, to answer to three questions related to the POI and the recommended music, namely: a) “How much did you like the place of interest?”, b) “How much did you like the music?”, and c) “Was it a good music for that place of interest?”. The first two questions were to be rated on a five-star rating scale (with 1 star being the lowest score and 5 stars being the highest score), whereas the third question required a simple “Yes” or “No” answer.

a falta de conexão entre a conceituação geral e produção do sistema e do cotidiano que precisa ser testado após sua produção para validação. Ainda assim, é um importante passo para incluir uma avaliação mais relevante ao processo de produção. Se conectada à pesquisa anterior que envolvia o mesmo autor, percebe-se o crescimento da visão de complexidade do problema a ser resolvido.

Outros testes com usuários consistem em respostas simultâneas à recomendação avaliando a novidade e relevância de uma música recomendada (LEE; LEE, 2011), ou para pesquisados atribuírem notas a diferentes playlists construídas por variações do sistema desenvolvido (BOSTANDJIEV; O'DONOVAN; HÖLLERER, 2012). Questionários após o uso continuado do sistema recomendando diferentes playlists também são usados (KAMINSKAS; RICCI; SCHEDL, 2013). No caso abaixo, as avaliações implícitas inerentes ao sistema eram somadas a perguntas feitas aos usuários num cenário em que duas versões do sistema foram testadas. Após o uso, eram atribuídas concordância em 5 níveis – discordo totalmente, discordo, indeciso, concordo e concordo totalmente – com afirmações sobre os resultados, buscando medir o "nível de satisfação" com o sistema e a eficácia das recomendações.

As frases mais relevantes foram: S1: Eu gostei da música tocada pelo sistema; S2: O sistema trocou de canal no momento certo; S3: Eu usaria este player se estivesse disponível; S4: O sistema é fácil de usar.

A declaração S1 se relaciona ao grau de satisfação com os canais e faixas propostas e reproduzidas pelo player. S2 e S3 se referem ao comportamento do sistema e se o usuário gostaria de um sistema que se comporta da forma proposta. Finalmente, S4 se refere à interface⁶⁵ (MOLING; BALTRUNAS; RICCI, 2012, p. 79, tradução nossa).

Como dito, este estudo usa também outra forma de inclusão do usuário nas avaliações que se consideram as avaliações implícitas registradas durante o experimento. Assim, o sistema registra as ações de interrupção e tempo de escuta dos pesquisados que testam o sistema e infere sua apreciação ou não por variações de procedimentos do sistema, sem saber que o estão fazendo.

Medimos a performance do sistema como a média percentual de faixas propostas que são efetivamente ouvidas por cada usuário, e como a média do número de minutos de música, por dia, que os usuários ouvem. Focamos nessas medidas porque temos por objetivo construir um sistema que muda automaticamente de canal de forma que as faixas tocadas são efetivamente ouvidas pelos usuários o máximo possível e o sistema

⁶⁵ Do original: The most relevant statements were the following: S1: I liked the music played by the system. S2: The system switched the played channel at the right time. S3: I would use such a player if available. S4: The system is easy to use. Statement S1 is related to the degree of satisfaction for the channels and tracks proposed and played by the player. S2 and S3 refer to the behavior of the system, and whether the user would like a system that behaves like the proposed one. Finally, S4 refers to the evaluation of the user-interface

é em geral muito usado⁶⁶ (MOLING; BALTRUNAS; RICCI, 2012, p. 79, tradução nossa)

O comportamento registrado pode se referir também ao tempo de permanência no serviço de maneira geral ou em uma página específica em que recomendações são realizadas. Isso permite inferir não apenas gosto por uma playlist ofertada, mas a preferência por páginas de recomendação personalizadas opostas a páginas editoriais generalistas, e avaliar a reação quanto a níveis de personalização e novidade incluídas na página inicial. Outra métrica inferida é o nível de confiança nas recomendações do sistema.

Para listas em que os usuários confiam, eles tendem a ligar a reprodução com um clique e ouvir, mas para listas como baixa confiança, eles tendem a controlar meticulosamente a reprodução. Com a personalização habilitada, a confiança dos usuários cresceu lentamente sem tendência de queda. Tentativas de aumentar novidades (nos estágios 6 e 7), aumentaram o número de cliques, mas é mais uma indicação do aumento de curiosidade do que de queda na confiança. O gráfico de confiança também mostra que usuários de fim de semana tendem a produzir mais cliques⁶⁷ (BUGAYCHENKO; DZUBA, 2013, p. 370, tradução nossa).

Nota-se como mesmo ao perceber a inquietação do usuário frente a tentativas de apresentar mais variabilidade e novidade à playlist, não se altera a convicção de que o usuário procura a novidade. Uma contradição que demonstra o compromisso com as premissas das propostas, independente do que os resultados mostram. A questão da novidade e da serendipidade continua aparecendo como algo que deve ser medido junto ao usuário, dado o nível de subjetividade envolvido no entendimento do que isso significa. Essa subjetividade reforça a maneira como estes quesitos devem ser mantidos.

Aos usuários foi solicitado que ouvissem uma canção demo que acompanhava cada artista desconhecido que encontravam. Nesse estágio inicial de avaliação queríamos medir a novidade percebida, encontros acidentais e satisfação geral e prazer associados à nossa abordagem em comparação com nosso padrão de comparação. Perguntamos aos participantes um conjunto de questões, incluído: "A transição dos gêneros base para o gênero alvo foi satisfatória?", "Você encontrou artistas novos que você não conhecia, comparado à linha comparativa?" (para novidade), "Você encontrou artistas que você não teria encontrado facilmente sozinho e que você gostaria de ouvir de agora em diante?" (para serendipidade), "Você achou a exploração a partir do gênero latente mais interessante, comparada à audição somente de artistas populares?", "Você usaria um aplicativo similar no futuro?" Além disso,

⁶⁶ Do original: We measure the system performance as the average percentage of the proposed music tracks that is actually listened to by each user, and as the average number of minutes of music, per day, that the users listen to. We focus on these measures because we aim at building a system that automatically changes the channel such that the played tracks are actually listened to by the users as much as possible, and the system is overall largely used.

⁶⁷ Do original: For lists users are confident in they tend to turn playback on with a click and listen, but for the lists with low confidence they tend to control playbacks thoroughly. With the personalization enabled the users' confidence increased slowly and without downward trend. Attempts to increase novelty (at stages 6 and 7) increased the amount of clicks, but it is more an indication of the increased curiosity than of the decreased confidence. The confidence chart also shows that at weekends users tend to produce more clicks.

pedimos para que fossem avaliados qualitativamente os gêneros latentes exibidos e que fossem fornecidos outros comentários⁶⁸ (TARAMIGKOU et al., 2013, p. 337, tradução nossa).

A confiança nas respostas dos usuários para dizer se a proposta é satisfatória ou não, nova e surpreendente ou não, marca um desejo de conexão entre eficiência e qualidade subjetiva.

Além da notável presença de pesquisas com usuários, como observado anteriormente, em sistemas que usam *machine learning*, não há propriamente um final para os processos. O computador segue as instruções alterando diferentes parâmetros de acordo com algum tipo de validação, um modelo ou índice mínimo a ser alcançado. Esses modelos são estabelecidos em comparação a algum resultado selecionado como suficiente. É este o procedimento mais comum dentre as publicações estudadas.

Destaca-se o uso de conjuntos de dados de validação retirados de bancos de dados com avaliações explícitas reais já registradas, como do Yahoo! Music e do Last.fm. Esse tipo de validação é usado em qualquer uma das estratégias relacionadas, já que todas, por fim, buscam compreender os agrupamentos de usuários ou fonogramas. Assim, as previsões realizadas pelo sistema são comparadas com avaliações reais da mesma maneira como foram construídas, aplicando-se um cálculo que determina um índice de semelhança chamado *Root Mean Square Error*, uma medida análoga ao cálculo de desvio padrão em estudos estatísticos. Assim sendo, o que este índice calcula é a quantidade de discrepância de variação entre os números previstos e os números reais de avaliação dados por usuários com o mesmo perfil (KOENIGSTEIN; DROR; KOREN, 2011; PÁLOVICS et al., 2014; YANG et al., 2012).

Para a previsão de quantidades de reproduções, misturando dados de conteúdo e sociais, a mesma lógica é aplicada com uma fórmula de dispersão chamada Erro Médio Absoluto – *Mean Absolute Error* (MAE) – que busca calcular o nível de dispersão entre os números de reprodução calculados pelo sistema em relação a números reais registrados por usuários em outro banco de dados. Ambas as abordagens adotam limitações nos dados analisados ou

⁶⁸ Do original: Users were asked to listen to a demo song that accompanied each unknown artist they found. At this early stage evaluation we wanted to measure the perceived novelty and serendipitous encounters and overall satisfaction and enjoyment associated our approach compared to the baseline. We asked participants a set of questions, including: “Was the transition from the source genres to the target genre satisfying?” “Did you find new artists you didn’t know compared to the baseline list?” (for novelty); “Did you find artists you wouldn’t have found easily on your own and which you would like to listen to from now on?” (for serendipity); “Did you find the exploration from a source latent genre to a target latent genre more interesting compared to just listening to popular artists?”. “Would you use a similar application in the future?”. Furthermore we asked to qualitatively assess the displayed latent genres and provide other comments.

aplicam as fórmulas de validação em diferentes estágios do cálculo para evitar vieses que podem distorcer os resultados (TIEMANN; PAUWS; VIGNOLI, 2007).

A variação deste tipo de teste surge como uma maneira um pouco mais experimental em que as playlists de validação são alteradas para uma playlist de teste e então comparadas ao final. Essa alteração consiste em esconder a última faixa da playlist de validação para que então o sistema construa sua lista. Após o processo concluído os acertos, o aparecimento da faixa escondida na lista construída pelo sistema, são registrados e calculados por meio de uma classificação recíproca média – *Mean Reciprocal Rank* (MRR) – que resulta em um índice que pode ser usado para avaliar a qualidade do sistema (HARIRI; MOBASHER; BURKE, 2012; JANNACH; LERCHE; KAMEHKHOSH, 2015).

É importante destacar que não se afirma que estes modelos de validação são usados em todos sistemas propostos, mas que há um padrão de comportamento de citação de trabalhos que aparecem no mesmo conjunto de publicações analisadas, exibindo uma rede sólida de intercâmbio e confirmação entre os pesquisadores sobre os índices e abordagens aplicadas por eles. Ou seja, há uma circulação de discursos e práticas especializados que formam um *habitus* (BOURDIEU, 2008), claramente identificável. Assim, os regimes de organização e essa epistemologia da playlist automática foram delineados refletindo sobre as pressuposições técnicas e suas subjacências simbólicas do pensamento computacional dos sistemas de recomendação. Agora parte-se para a apresentação do formato em sua lógica comunicacional.

4 FORMATANDO A PLAYLIST: ENGENHARIAS E PRESCRIÇÕES DA PLAYLIST

No Capítulo 2, foram tipificadas três manifestações da playlist e exploradas duas delas: a radiofônica e a digital pessoal. A tarefa seguinte foi compreender e analisar os sistemas de automatização da playlist digital. Este capítulo retoma aquela linha de raciocínio, buscando completar a análise da playlist digital profissional. Tendo aprofundado a descrição sobre os aspectos técnicos da construção da playlist automática, segue-se a investigação do formato playlist com a análise de seus aspectos culturais aparentes, suas narrativas e disputas e formas de se constituir como objeto cultural. Procura-se, então, costurar as condições técnicas analisadas anteriormente a essas particularidades socioculturais e econômicas e elucidar a lógica prescritiva do formato automatizado da playlist complementando, a partir dessa especificidade, as filosofias de programação da playlist radiofônica.

Como elementos socioculturais e econômicos elencam-se as formas como se avaliam os objetivos e a necessidade da playlist automática nas próprias publicações analisadas e a forma como as playlists são apresentadas e divulgadas por serviços de streaming, posicionadas como uma fonte segura e competente de difusão musical para a indústria e como uma extensão do gosto do ouvinte. Automação e curadoria são combinadas no formato playlist, justamente para sustentar essa retórica. Analisa-se a maneira como esses elementos constituem valores que posicionam a filosofia de programação do formato da playlist num contexto plataformizado de programação musical que vai além do papel da pesquisa e da posição de serviço ao ouvinte, criando uma nova posição prescritiva.

4.1 Experiência musical individualizada sustentada socialmente

A construção de conhecimento da área de sistemas de recomendação demonstra a perspectiva epistemológica da codificação como um meio de prever comportamentos. Infere-se um possível padrão de busca pela informação musical que o sistema deve replicar, não por agir da mesma forma que o usuário, mas por obter os mesmos resultados que ele. Assim, trata-se de construir diferentes hierarquias de fonogramas em uma biblioteca, baseando-se em dados atribuídos a estes fonogramas, seja previamente ou durante o uso de diferentes serviços. A depender do peso atribuído a diferentes dados ou ao cruzamento destes dados, mudam-se as posições de um fonograma no ranking construído.

A avaliação destes procedimentos é realizada comparando-os a históricos de audições registrados anteriormente, a playlists construídas por curadores ou por usuários ou ainda através

da explícita avaliação do sistema fornecida por usuários que o testam. Assim, a construção da playlist não procura imitar o processo seletivo de um ser humano diante de uma intencionalidade prescritiva ou de audição. Não busca simular situações, contextos ou processos de tomada de decisão, pelo contrário, busca estabelecer uma lógica procedimental de combinações de informação que obtenham a maior proximidade possível às combinações realizadas por seres humanos em busca de uma experiência musical. Ou seja, busca replicar seus resultados usando outros procedimentos.

Então, de que maneira procura-se julgar esses rastros do gosto do ouvinte se os processos são tão distintos? A resposta encontrada é se aproximar de um mesmo julgamento da experiência musical, abstraindo a forma como se obtém a recomendação e focando nas motivações, nos contextos e nas características do comportamento de audição humana. O ouvinte procuraria nas playlists automáticas uma experiência de audição como outra qualquer somada àquilo que o sistema oferece de distinto. A correspondência ao gosto musical do ouvinte é a preocupação mais aparente. Entretanto, é justamente essa distinção do sistema que é mais valorizada, esse gosto atendido é pessoal, individualizado. Essa característica é chamada, inclusive, de “pedra de sustentação dos sistemas de recomendação”⁶⁹ (KOENIGSTEIN; DROR; KOREN, 2011, p. 168, tradução nossa). Os usuários dos sistemas devem ficar satisfeitos com a seleção (ANGLADE; TIEMANN, 2007; GREEN et al., 2009; KAMINSKAS, 2009). As seleções devem refletir o conhecimento cultural e o interesse pessoal dos integrantes de um agrupamento construído pelo próprio sistema sobre aquela faixa (DONALDSON, 2007; JAWAHEER; SZOMSZOR; KOSTKOVA, 2010). O reflexo do conhecimento ou do interesse permite compreender a ideia de relevância. Quando se referem à necessidade da experiência ou música recomendadas serem relevantes aos usuários, pode-se inferir que é a esse enquadramento individual de conhecimento, gosto e contexto (BUGAYCHENKO; DZUBA, 2013; LEE; LEE, 2011). Ou seja, a personalização, o reflexo do gosto, das necessidades e das expectativas de um ouvinte específico é uma das chaves da experiência da playlist automática, acompanhada de perto pela descoberta (JACOBSON et al., 2016, p. 373).

Sistemas de recomendação, seja usando filtragem colaborativa, análise baseada em conteúdo ou um método híbrido, em geral têm o mesmo objetivo: gerar recomendações que são ao mesmo tempo relevantes e novas⁷⁰ (LEE; LEE, 2011, p. 215, tradução nossa).

⁶⁹ Do original: the cornerstone of recommendation systems.

⁷⁰ Do original: Recommender systems, whether using collaborative filtering, content-based analysis, or a hybrid method, have the same objective in general: generating recommendations that are both relevant and novel.

Essa abordagem nos permite trocar de uma experiência acomodada (*exploitation*) para um modo mais exploratório de descoberta de novas músicas sob medida para gostos individuais de usuários específicos⁷¹ (CELMA, 2016, p. 377, tradução nossa)

A tal descoberta é o outro ponto-chave e, assim sendo, também aparece múltiplas vezes. Por essa razão, e isso é destacado como um desafio para os sistemas, a recomendação musical tende a repetir tendências sociais ou midiáticas de consumo, principalmente aquelas que concentram as ofertas em fonogramas que têm maior número de reproduções ou que foram inseridos mais recentemente dentro de uma plataforma (JANNACH; LERCHE; KAMEHKHOSH, 2015; KOENIGSTEIN; DROR; KOREN, 2011), o que tende a reduzir a possibilidade de expansão do cardápio musical efetivamente ouvido, ainda que sejam amplas as possibilidades disponíveis. A serendipidade valorizada nos critérios de avaliação dos sistemas é sempre limitada por essa lógica da reverberação⁷², ou seja, é necessário que ela seja um reflexo de padrões de comportamento passado de um usuário ou de usuários que se assemelham a ele. É o histórico individual e social da música que permite a projeção individual dos comportamentos.

Avaliando a qualidade de playlists oferecidas, os programadores enfatizam a necessidade de personalização (WEDEL; RUST; CHUNG, 2009). Mesmo que avaliações de usuários sobre playlists contradigam a noção de que o ouvinte deseja ouvir músicas novas, ainda assim há uma busca por proporcionar essa novidade e identificar boas avaliações por esses resultados (GREEN et al., 2009). Insiste-se que a cada vez se procura uma playlist, buscase uma experiência nova (BUGAYCHENKO; DZUBA, 2013), que a “novidade e diversidade são importantes para a satisfação do usuário”⁷³ (CHOU et al., 2016, p. 116, tradução nossa), ou que no mínimo pode haver situações em que o mais popular é desejado, mas também em que as pessoas desejem descobrir e experimentar diferentes perspectivas (TARAMIGKOU et al., 2013).

Além disso, apesar de os propositores destes modelos valorizarem a seleção musical de itens não identificados como de grande apelo, ou aqueles que não se situam no espectro mais alto de consumo, ou seja, opções espalhadas pela cauda longa dos gráficos de consumo (JANNACH; LERCHE; KAMEHKHOSH, 2015; LEE; LEE, 2011), a própria definição de gêneros ou nichos em que se enquadram os gráficos de consumo são baseadas nos mesmos

⁷¹ Do original: This approach allows us to switch from a lean back experience (*exploitation*) to a more exploration mode to discover new music tailored specifically to users individual tastes.

⁷² Como uma escolha de estilo, para manter-se fiel ao campo de atuação musical e da própria pesquisa, elege-se usar metáforas sonoras além de visuais, ao conceituar a tentativa de reproduzir comportamentos, perfis e gostos.

⁷³ Do original: diversity and novelty, which are both important for user satisfaction.

históricos, sejam individuais ou de conexões em rede. Isso exhibe, mais uma vez, a dualidade paradoxal da aplicação destes modelos que não repetem os procedimentos de seleção humanos, mas sua avaliação é baseada nas categorizações usadas nas práticas humanas.

Fragmentar pares em várias pequenas comunidades limita a exposição a música adicional não incluída na coleção deste par. A comunidade é uma forma de expor os usuários a novas músicas interessantes que se combinam com seus gostos (serendipidade)⁷⁴ (ANGLADE; TIEMANN, 2007, p. 42, tradução nossa).

O ouvinte imaginado é um sujeito inserido em um contexto próprio, com objetivos e desejos específicos, ainda que influenciado ou capaz de ter identificações com diferentes grupos sociais, mas mesmo assim limitado, curiosamente, às categorias da cultura musical industrial, em que prevalecem a busca pelo mais popular e o desejo de ser incluído. Estas categorias, usadas ampla e abertamente pelo rádio musical, como meio intersubjetivo que é, são camufladas pela intrínseca busca dos modelos matemáticos e pelas narrativas comerciais dos serviços de streaming pela personalização. Admite-se que a música é social, ou seja, compartilhável e socialmente significativa, e incluem-se tais categorias nos processos avaliativos da hierarquização musical. Entretanto, seus processos construtivos tendem a ser feitos sob medida. Em nenhum momento há uma discussão normativa sobre a necessidade de ampliar a diversidade das ofertas como um tipo de compromisso com a comunicação musical e multiplicação da cultura; o alvo centralizado é o indivíduo.

É por isso que, além de seu próprio histórico, a capacidade de associar perfis de usuários em agrupamentos de gosto e conhecimento semelhantes e de identificar popularidade e contextos culturais surgem como critérios avaliativos logo após a personalização e a descoberta. No primeiro caso, as avaliações dos usuários identificam modelos de vizinhança em que são maiores as recomendações quantificadas pela proximidade entre usuários nos grafos (ANGLADE; TIEMANN, 2007), ou a influência de um usuário sobre outro na classificação das músicas a serem recomendadas (LEE; LEE, 2011). Proposições que usam informações de redes sociais e comparam históricos de audição, curtidas, informações demográficas também refletem essa preocupação (BOSTANDJIEV; O'DONOVAN; HÖLLERER, 2012; BUGAYCHENKO; DZUBA, 2013; PÁLOVICS et al., 2014; TARAMIGKOU et al., 2013).

A identificação de popularidade e contextos culturais segue o mesmo padrão. Nesse caso, ela inclusive serviria para identificar aqueles mais populares no universo cultural do

⁷⁴ Do original: fragmenting peers into many very small communities limits the exposure to additional music not included in a peer's music collection. The community is a way to expose the users to new interesting music matching their music tastes (serendipity).

ouvinte e que ele não conhece, para filtrá-los e favorecer a descoberta (CEBRIÁN et al., 2010; DONALDSON, 2007). O contexto cultural também deve ser identificado para facilitar o discernimento entre popularidade de canções e de artistas, lidar com diferentes enquadramentos de gêneros, seus sentimentos e conhecimentos sobre estes universos (HARIRI; MOBASHER; BURKE, 2012; JANNACH; LERCHE; KAMEHKHOSH, 2015; JAWAHEER; SZOMSZOR; KOSTKOVA, 2010; KAMINSKAS, 2009).

Esses conhecimentos e contextos culturais podem ser categorizados como motivações para se ouvir música, pressupostas pelos programadores. O estado emocional e características físicas do local em que se encontram são importantes qualificações, bem como situação social e ocasião (BRAUNHOFER; KAMINSKAS; RICCI, 2011; CELMA; LAMERE, 2011). Os sentimentos de tristeza, nostalgia e felicidade aparecem como situações em que esse estado emocional influencia a seleção musical (HARIRI; MOBASHER; BURKE, 2012; YANG et al., 2012).

Outra emoção importante abre uma outra pressuposição sobre a audição musical: sua condição social pelo sentimento de empatia (TARAMIGKOU et al., 2013). Sugere-se que poder ouvir playlists ouvidas por outros (HARIRI; MOBASHER; BURKE, 2012), compartilhar músicas entre si (LAMERE, 2012), influenciar ou ser influenciado pelo gosto e a audição dos outros são importantes nessa pressuposição de um sistema que oferece playlists (PÁLOVICS et al., 2014; SHARMA, 2014).

O contexto ainda tem outra face. Para quem produz a playlist automática, a música serve como trilha sonora para o cotidiano das pessoas.

Ouvintes variam suas preferências musicais baseadas em seu contexto e atividades. Uma playlist para corrida será provavelmente bem diferente de uma playlist criada pelo mesmo usuário para relaxar⁷⁵ (CELMA; LAMERE, 2011, p. 7, tradução nossa). O John pode, de repente, mudar de seu favorito Jazz para música light, simplesmente porque ele vai dormir. Ou, uma pessoa pode estar triste e escolher faixas de meditação em razão de uma semana de dias chuvosos. Essas informações locais são frequentemente negligenciadas e não capturadas. Entretanto, uma melhor performance pode ser alcançada se comportamentos locais forem considerados⁷⁶ (YANG et al., 2012, p. 91, tradução nossa).

Talvez essa lógica contraditória entre relevância social e personalização revele a dificuldade de uma construção suficientemente midiática das playlists automáticas nas

⁷⁵ Do original: Listeners vary their music preference based upon context and activities. A playlist for jogging is likely to be very different than a playlist created by the same user for relaxing.

⁷⁶ Do original: John might suddenly change his favorite Jazz to light music just because he was going to sleep. Or, a person might be blue and turn to some brooding tracks due to a week of rainy days. Such local information is often neglected and not captured. However, better performance may be achieved if local behaviors are considered.

plataformas de streaming, nos termos em que se compreende a mídia, principalmente o rádio, como promotor de cultura e coesão social. Nesse sentido, tal contradição pode evidenciar uma razão para o sentimento de frieza ou incomunicação que as recomendações automáticas despertam nos ouvintes, principalmente pela ausência, nestas formas de prescrição, da repetição cotidiana da voz do locutor, marca importante da gramática radiofônica. Até o momento, o fato de os sistemas de comunicação estarem imbuídos no rádio social auxilia a estabelecer lógicas de comunicação em que se desenvolvem socialidades e práticas culturais radiofônicas. Entretanto há uma preocupação constante, como se vê nas publicações, com o nível em que a própria experiência sonora deve ser promotora desses vínculos em conjunto com a comunicação interpessoal, circulação de notícias e outras representações socioculturais (KISCHINHEVSKY, 2016). Além disso, a obsessão pela personalização pode prejudicar a capacidade de reconhecer os méritos da diversidade e do intercâmbio cultural, justamente por construir uma realidade em que tudo, mesmo a novidade, deve ser construída com foco na satisfação individual.

A questão da frieza e desconexão surge como uma preocupação quando referências à transparência e capacidade de ajuste do sistema ganham foco. Espera-se que uma interface de ajuste de preferências e de apresentação das relações entre fonogramas realizadas pelo sistema possam aumentar a satisfação e o senso de envolvimento do usuário com a plataforma – num claro esforço intersubjetivo (BOSTANDJIEV; O'DONOVAN; HÖLLERER, 2012; GREEN et al., 2009; JIN; TINTAREV; VERBERT, 2018). Argumenta-se que sistemas de recomendação mais tradicionais não possibilitam um nível suficiente de interação, o que prejudica a percepção de sucesso e satisfação com o próprio sistema. A inclusão de uma medida de habilidades de controle para a criação de sistemas de recomendação interativos procura lidar com essa questão.

A controlabilidade

tem sido considerada um importante índice para avaliar a experiência de sistemas de recomendação de maneira geral, já que a falta de controle pelo usuário pode influenciar negativamente a percepção de qualidade das recomendações, como a não permissão do usuário em rejeitar recomendações repetidas⁷⁷ (JIN; TINTAREV; VERBERT, 2018, p. 13, tradução nossa).

Isso deve ser considerado, inclusive, baseando-se no fato de que o consumo musical é diferente de outras formas de consumo. Abordando especificamente a playlist, considera-se que a música é um produto distinto de outros a serem recomendados, como filmes no streaming e produtos de varejo no comércio eletrônico, porque seu consumo pode ser, e normalmente é,

⁷⁷ Do original: It has been regarded as an important index to evaluate the overall user experience of recommender systems, as lack of user control can negatively influence the perceived quality of recommendations, such as not allowing the user to reject repeating recommendations

repetido e contínuo (CELMA; LAMERE, 2011; YANG et al., 2012). Há uma condição de consumo musical em que se ouve uma faixa mais de uma vez, e uma seção de escuta pode envolver mais de uma música. Ou seja, a experiência musical não é apenas social, mas é também de conjuntos ou pacotes de música, onde a playlist pode cumprir um papel importante. Assim, a transição entre músicas não é só um fator relevante a se lidar, é percebida como uma “fonte de divertimento” (CELMA; LAMERE, 2011, p. 7).

A ordem em que as canções são ouvidas podem determinar as notas atribuídas, um fenômeno conhecido como efeito de derivação. Os usuários tendem a avaliar os itens baseados na avaliação dada ao item anterior. Se a primeira música ouvida por um usuário for particularmente boa, os próximos itens tendem a serem avaliados por aquele usuário com uma nota mais baixa⁷⁸ (KOENIGSTEIN; DROR; KOREN, 2011, p. 169, tradução nossa).

A ordem de canções e a transição entre elas são significativas e são fatores que afetam a qualidade das playlists. Por exemplo, DJs tem técnicas especiais para combinar e ordenar continuamente canções em um mix⁷⁹ (HARIRI; MOBASHER; BURKE, 2012, p. 132, tradução nossa).

Destas constatações seguem as concepções de que, além da novidade e da transparência, uma playlist deve ter uma homogeneidade sonora e temática (JANNACH; LERCHE; KAMEHKHOSH, 2015; MOLING; BALTRUNAS; RICCI, 2012). A recomendação deve conduzir a uma experiência de audição completa levando em consideração o sequenciamento (SCHEDL; KNEES; GOUYON, 2017). Isso não só traz coerência com as concepções de playlist investigadas no Capítulo 2, como demonstra a tentativa de aproximação da lógica dos sets de DJs com a playlist. Percebe-se como está imbuída na perspectiva dos programadores a confusão conceitual entre diferentes formatos e formas de prescrição musical. Não significa que a transição não seja importante, mas destaca que a transição entre músicas em uma festa é, possivelmente, diferente da transição de uma playlist ouvida em casa, usando um serviço de streaming.

Já o empacotamento musical e a combinação temática são coerentes com a lógica produtiva da indústria fonográfica, como expõe o estudo de Bhattacharjee et al. (2009). Sem citar motivações econômicas para a busca por tematização, os trabalhos analisados alinham-se à percepção de que essa prática é importante para os modelos de comercialização da música. Baseando-se na incerteza do momento de compra, identifica-se o investimento em grupos de

⁷⁸ Do original: the order in which the songs were listened by the user might determine the ratings scores, a phenomenon known as the drifting effect. Users tend to rate items in the context of previous items they rated. If the first song a user hears is particularly good, the following items are likely to be rated by that user lower than the first song.

⁷⁹ Do original: the order of songs and the transition between them is meaningful and is one of the factors affecting the quality of playlists. For example, DJs have special techniques for continuous matching and ordering of songs in a mix.

músicas como um fator de risco ao consumidor, que avalia se pode ou não se arrepender de sua ação. Álbuns têm a vantagem histórica na indústria de agrupar músicas por uma tematização, seja artística, periódica, de gênero ou outras. Os autores observam que essa tematização amplia a capacidade dos consumidores de antecipar seu gosto pelo pacote completo ou não com base na audição de uma música, por exemplo. Assim, os “custos” de uma compra equivocada são reduzidos para o consumidor, ampliando o valor do pacote como um todo.

Consumidores que ouvem uma amostra das compilações musicais que possuem uma “alta força temática” podem encontrar rapidamente músicas que se encaixam em seus gostos, sem efetivamente ter que ouvir todas as músicas de uma vasta e crescente coleção. Pacotes temáticos assim, podem servir ao propósito da maioria dos sistemas de recomendação: auxiliar a “dizer para os consumidores o que eles podem gostar”⁸⁰ (BHATTACHARJEE et al., 2009, p. 143, tradução nossa).

A tematização da playlist, dessa maneira, serve como forte ato prescritivo, pois orienta o ouvinte a realizar associações possíveis entre as canções antes mesmo de ouvi-las. Além disso, permite associar o consumo familiar do álbum à audição da playlist, numa transição de formatos inteligente.

Entre as formas de se interpretar as avaliações realizadas pelos sistemas e o nível de satisfação de seu resultado destacam-se, portanto, algumas pressuposições sobre o que deseja o usuário de um sistema e por consequência o que ele espera da experiência musical. Assim, a playlist deve ser capaz de atender ao gosto musical individual e promover a descoberta e a serendipidade para o ouvinte, e ao mesmo tempo ser eficiente em agrupar ouvintes com gostos similares. Além disso, a playlist oferecida deve ser apropriada ao contexto em que foi solicitada e corresponder à popularidade ou contexto cultural em que as canções se encaixam. De maneira menos destacada, o ouvinte desejaria ainda saber como as músicas foram selecionadas, e poder ajustar a seleção.

Seu ouvinte imaginado é então um suposto usuário, poucas vezes ouvinte, que busca um eco de seu gosto pessoal nas recomendações automáticas. Para estes sistemas, toda a cultura e socialidade envolvidas na audição musical devem sustentar a personalização. A diversidade deve ser promovida em relação ao gosto pessoal, a popularidade deve ser usada para estabelecer grupos específicos de análise, e não de comunidades de gosto, e a ordenação e o agrupamento de músicas servem à mercantilização da experiência musical.

⁸⁰ Do original: Consumers who sample compilations possessing “high thematic strength” might quickly find music that fits their taste, without actually having to sample every individual song from a vast and ever-growing pool. Themed bundles of songs thus can serve the purpose of most recommender systems – to help “tell consumers about music that they might like.”

4.2 Filosofia de engenharia de audição musical: prescrevendo pela técnica

A prescrição automática, então, compreende por sucesso da recomendação um efeito que se afasta do nível de audiência e se aproxima da avaliação pessoal, não busca uma identidade comunicativa que possa estabelecer-se como o outro que comunica, mas a de um espelho sonoro que ecoa as aspirações de gosto do usuário. Isso torna complexo um enquadramento em uma simples filosofia de programação que possa ser chave de compreensão da prescrição pela playlist automática. Há semelhanças e disparidades entre a forma como o programador do rádio tradicional opera e essa nova forma de prescrição. Principalmente pela combinação entre difusão e distribuição, concentradas na mesma experiência de prescrição e audição musicais.

Na construção automática, portanto, não se assume uma posição estética de julgamento da música a ser selecionada e não se exerce um papel de ouvinte substituto, carregado de gostos a serem compreendidos e imaginados. Assume-se uma posição de pesquisa que extrapola os limites usuais dos níveis de audiência e julgamentos simbólicos do enquadramento de gêneros. A tentativa de previsão de comportamentos a partir do registro e classificação destes comportamentos cristaliza o ouvinte naquele contexto, em vez de imaginá-lo, e busca reproduzi-lo como o eco de sua voz reverberado nas recomendações. O ouvinte esperado é um ouvinte copiado; o objetivo é a reprodução de seu gosto repetidas vezes.

O uso da playlist pelas plataformas de streaming exhibe a transição dessa lógica técnica e literal para abstrações da vida cotidiana e para um ambiente midiático de ofertas culturais. Mais do que um catálogo disponível, os serviços buscam orientar pela reprodução, apresentando-se como assistentes individuais que produzem um comportamento que se supõe reproduzido, que ecoa o contexto do ouvinte e aquilo que seu universo social ouve nesse ambiente. A oferta de playlists nas plataformas de streaming simula a recuperação da informação sem solicitação, o resultado de uma busca sem a entrada do termo a ser buscado. A simulação da organização mental pessoal do usuário que, como no rádio, não é isolada do social se sustenta em categorias como as mais ouvidas e as mais famosas.

Por essa análise, a partir das categorias de meio ou mídia e formato, torna-se possível fazer uma analogia. Como meio, serviços de streaming e rádio musical se posicionam discursivamente como equivalentes, ambos se apropriando da playlist como formato. Em ambos, diferentes filosofias de programação são aplicadas a diferentes playlists. Se, no rádio, formam uma identidade de programação unificadora e limitada, no streaming as mesmas

filosofias do rádio, somadas à da recomendação automática, resultam numa ampla gama de opções e de identidades a serem individualmente endereçadas.

As medialidades do formato são compartilhadas em ambos os meios apresentando características próprias de acordo com as especificidades constituintes dos dois meios. O programador do rádio, como um gerente de playlists, produz uma mensagem radiofônica instituído em uma empresa de mídia que orienta gostos e práticas intersubjetivas. O programador do streaming é um previsor de comportamentos que produz estruturas de modulação destes comportamentos usadas por uma empresa que reproduz gostos e práticas individuais. O programador do rádio musical compõe o centro da produção midiática do rádio. O programador da playlist automática é o fornecedor da estrutura para a produção midiática do streaming.

É essa distinção que permite aos serviços de streaming advogarem não ser possível serem classificados como empresas de mídia e portanto não serem sujeitos às mesmas regulações. Para os reguladores, chama atenção o fato de seu trabalho consistir no papel de engenheiros de dados e não produtores de mídia. Mas a camada midiática é necessária, pois sem ela o envolvimento com o público e o posicionamento de marca seriam tarefas improváveis. Ainda que a mensagem busque também se distanciar da mídia tradicional e de massa, principalmente porque comunica ao público o provimento de personalização e comodidade e não de generalidade, do ponto vista midiático isso pouco importa: a construção da mensagem entre público e meio é realizada. E a característica central dessa comunicação é ser constituída pela prescrição.

O papel prescritivo da playlist automática torna-se então um papel de previsão de risco. O foco principal dos processos de produção não é a criação de uma experiência auditiva, ainda que seja essa sua consequência última, mas a de cálculo de probabilidade de relacionamento entre uma informação, seja ela qual for, e outra informação. O objeto de análise não é o gosto individual e seu contexto; o que se calcula é a própria existência de um relacionamento entre dados derivados, mas descolados da vida prática. O programador, a plataforma e o sistema não se identificam, no fim das contas, como prescritores musicais, ainda que operem uma prescrição musical, mas como avaliadores de risco, de chances de algo ocorrer ou não em relação a uma situação específica.

Uma filosofia de programação convencional, baseada nas pesquisas de Ahlqvist (2001) – a que se poderia alinhar o prescritor automático responsável pelo formato da playlist automática – não é ideal, pois este conceito não prevê uma atitude que não interaja com a construção da mensagem musical. O que se identifica é um movimento de aproximação

discursiva do programador e a manutenção de medialidades de formatos prescritivos da playlist pessoal e radiofônica, mas que compõem uma prática desprovida da intencionalidade comunicativa. Para o sistema de recomendação, ao nível de seu funcionamento, pouco importa a comunicação como encontro; o que importa são as probabilidades de um fonograma ou perfil de usuário estarem próximos por similaridade ou tendência probabilística.

Não significa dizer que não haja ao início e ao fim dessa produção uma vida prática e um ato comunicativo sobrejacente para a qual seus cálculos devam ser novamente traduzidos. As quantidades de frequências presentes, os espectros de avaliação ou suas marcas binárias, as coordenadas geográficas, as frequências de uso de certas palavras seriam afinal inseparáveis, para os ouvintes, dos significados das ações que originaram o registro quantitativo. Entretanto, este significado que retorna ou emerge se situaria na experiência do próprio ouvinte e não compartilhada, de maneira intersubjetiva, com o prescritor. E a busca por um processo comunicativo é localizada na divulgação dos resultados, na publicidade da eficiência e acessibilidade dos resultados, não na seleção em si.

Para atribuir uma filosofia de programação a este processo, é necessário expandir os espectros do gráfico de Ahlqvist (2001) nos extremos da pesquisa e do ouvinte, de maneira que o serviço e o uso de dados sejam levados a uma posição impensável no rádio. Define-se aqui como a filosofia do engenheiro. No eixo dos processos, o polo da pesquisa seria estendido em direção ao polo da modelagem matemática, de maneira que não interessa a compreensão dos comportamentos e gostos do ouvinte, mas seu registro e quantificação. No eixo dos papéis, o polo do serviço não teria uma posição clara, pois enquanto sua proposta de atendimento ao ouvinte é declarada, ela não se refere ao atendimento do gosto musical, mas a um papel de construtor de estruturas que permitam ao usuário reconhecer as características aparentes e eficientes da própria estrutura. Não se oferece música, mas a plataforma para a música. Assim, o programador musical do rádio, em sua figura mais profissionalizada, era conceituado como gestor de playlists, enquanto o sistema de recomendação – e seus programadores – devem ser conceituados como engenheiros de seleção.

A maior implicação desta prescrição é que a construção do produto midiático responsável pela difusão musical se mistura com o processo de construção de seu conteúdo. Enquanto em outros formatos, tais como o álbum e o single, ou na manifestação da playlist no rádio, os elementos técnico-materiais eram condicionantes da forma como se recebia a mensagem, aqui eles são também os produtores da própria mensagem. Assume-se como base produtiva, um paradigma de comunicação transmissivo. A busca pela eficiência do canal (custos de processamento) em relação às probabilidades estatísticas de uma música estar

corretamente agrupada a suas semelhantes, de maneira que as nuances simbólicas de um dado contexto, de um dado gosto não são problemas da engenharia, como admite Shannon (1948, p. 379). Essa filosofia de engenharia favorece, portanto, a tentativa de estabelecimento

de novas infraestruturas que o capitalismo informacional construiu para (re)capturar atenção e extrair valor. Neste contexto, plataformas de streaming são uma infraestrutura nativa da indústria musical digital, da mesma maneira que a mídia de massa foi a infraestrutura nativa da indústria musical do século XX⁸¹ (BONINI; GANDINI, 2019b, p. 6, tradução nossa).

4.3 A contextualização midiática da playlist automática

O slogan título da página inicial do Spotify, “música para todos”, parece orientar uma lógica social. Valoriza a enorme coleção e possibilidade de escolha da biblioteca do serviço. A Apple Music oferece “aos seus dois ouvidos” milhões de músicas à sua escolha. A camada comunicacional construída para vender o serviço torna-se a responsável pela troca simbólica efetiva, local privilegiado para compreensão de uma economia política dos serviços de streaming e é dependente, como o rádio hertziano sempre foi, da carga simbólica da experiência musical construída pelo veículo, pela maneira que o veículo constrói sua identidade. A playlist torna-se assim produto deste veículo, neste caso os serviços de streaming. A grande diferença para com o rádio é que, ao buscar tornar-se o formato personalizado de difusão e distribuição musical, não é a playlist a responsável pelo posicionamento e identidade do serviço, mas enfaticamente a forma como ela é apresentada.

As formas de audição musical nestes serviços são diversas, e o apelo que eles detêm é dependente dos milhões de fonogramas a que permitem acesso instantâneo. Entretanto, a organização desse acesso é mais importante para os diferentes atores sociais envolvidos com a produção dessas experiências, principalmente a indústria fonográfica. É essa organização e os altos pagamentos de royalties dos serviços para as gravadoras que sustentam a existência do streaming. A ênfase dada à experiência personalizada no desenvolvimento dos sistemas de recomendação pode ser menos relevante para a indústria, que deseja difundir e vender o acesso aos artistas de maior exposição e mantê-los neste patamar. Pode ser menos interessante também para artistas independentes que veem nas métricas de maior popularidade – quantidade de reproduções e de pessoas em um grupo que avaliam uma faixa positivamente – uma barreira

⁸¹ Do original: We hereby consider these “new intermediaries” as the infrastructures that informational capitalism has built to (re)capture attention and extract value. In this context, music streaming platforms are a native infrastructure of the digital music industry, just like commercial broadcasting used to be a native infrastructure of the 20th-century music industry.

para aqueles que não são conhecidos e que distribuem suas canções por meio destas plataformas pela primeira vez. Por fim, para garantir a confiança de investidores em lucratividade – capacidade de gerar público pagante e consumidor ativo – e de público em intersubjetividade, pode não ser a melhor saída também para os próprios serviços. A combinação das duas manifestações da playlist, a automática e a editorial, deverá então centralizar essa experiência.

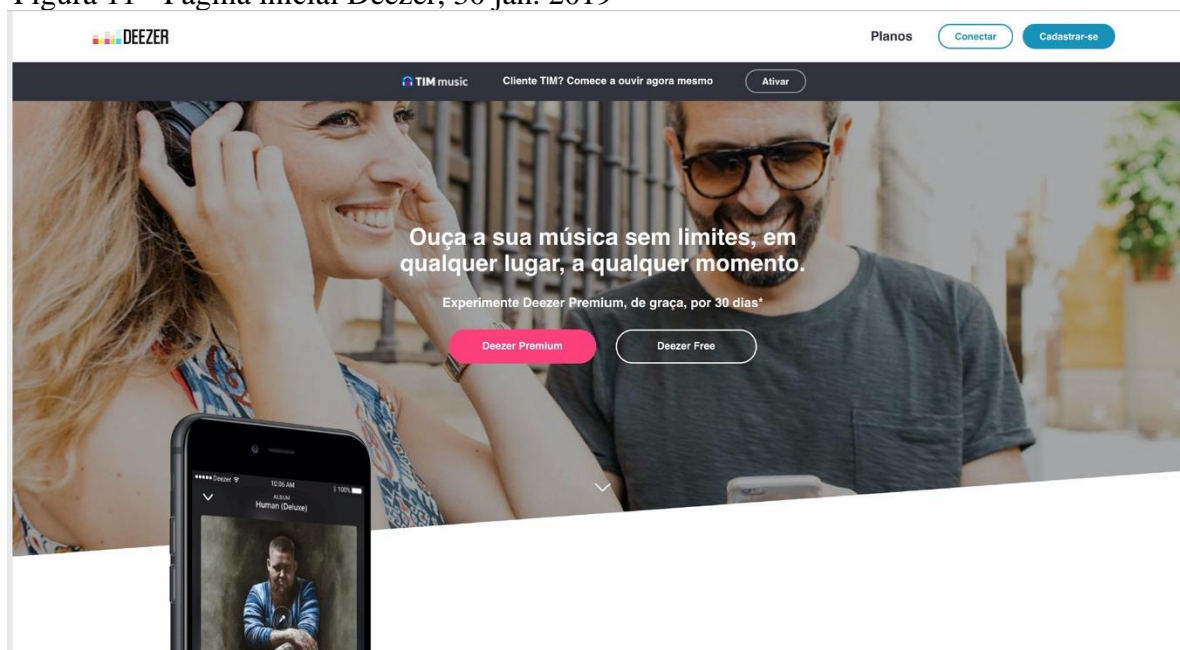
Buscou-se identificar essa centralidade da playlist (MULLIGAN, 2019b) ao se observarem as telas iniciais de três serviços dos mais populares no mundo, Spotify, Deezer e Apple Music. A maneira como ela é disposta e divulgada no primeiro contato do ouvinte com a plataforma dá pistas sobre sua importância para cada uma delas, e como as concepções sobre música e ouvinte são agora dispostas em nível mais subjetivo e humano, conduzidas na direção do apelo e da persuasão, por meio da comodidade. A música que se ouve nestes espaços é descoberta, é organizada e é legalizada. Ela é pessoal, mas também é social. É oferecida pelos artistas favoritos dos ouvintes e até comentada por eles, mas organizada baseada no seu tempo, em seus sentimentos, naquilo que se está fazendo agora. É assim que é conduzida a audição musical em torno da playlist. O usuário pode buscar a música que quiser, ou pode escolher dentre as tantas playlists feitas para ele naquele momento específico. Pode ainda deixar que o sistema escolha quais são as músicas que lhe servem naquele momento.

O mapeamento das ofertas nessas telas demonstra como isso acontece. Todavia, por se tratar de serviços diferentes, pode-se perceber também distinções e ênfases no trato da mensagem, como estratégias de experiência de usuário diferentes, mas também de posicionamento de marca.

Deezer: siga o fluxo?

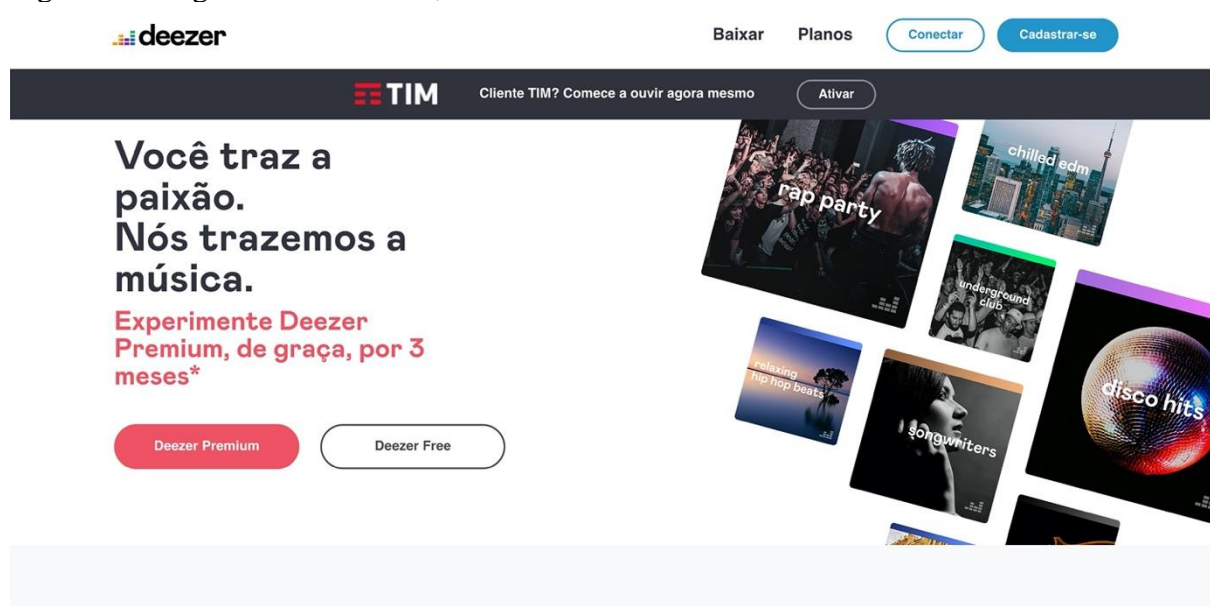
A tela que antecipa o acesso web ao reproduzidor da Deezer estampa como título, no momento da pesquisa em abril de 2019, a frase “ouça a sua música sem limites, em qualquer lugar, a qualquer momento”, acompanhada de imagens de pessoas sorrindo com fones de ouvido e um celular (Figura 11). Um ano depois, em 2020, o apelo é mais abstrato: “Você traz a paixão. Nós trazemos a música”, acompanhado por imagens de capa de playlists. Essa transição explicita o caminho de passagem de apelos a valores de personalização e contexto para abstrações sobre o valor da experiência musical (Figura 12).

Figura 11 - Página inicial Deezer, 30 jan. 2019



Fonte: DEEZER, 2019

Figura 12 - Página inicial Deezer, 27 fev. 2020



Fonte: DEEZER, 2020b

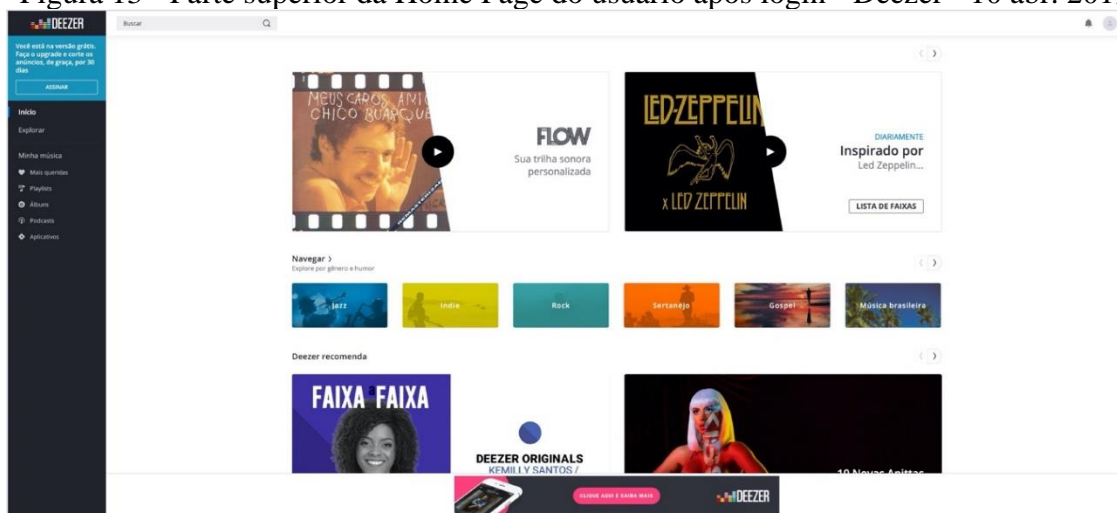
Após o *login* no sistema, uma janela pergunta ao usuário “que tipo de música você gosta?” e oferece um cardápio de gêneros musicais dentre os quais podem-se escolher três. Então, abre-se a tela do reproduzidor com um menu à esquerda, o logotipo da empresa e uma barra de busca e informações sobre o usuário na parte superior direita. O destaque porém é dado ao cabeçalho da página de rolagem no centro da página, em que são apresentadas duas playlists automáticas: Flow (fluxo) e Diariamente. A primeira é divulgada como carro-chefe das recomendações automáticas do serviço em que a reprodução musical é infinita, contando com “todas as suas músicas preferidas, misturadas com recomendações frescas e músicas que você

esqueceu que amava. Este recurso descobre o que você ama e o que não ama e toca um *stream* infinito de música escolhido só para você” (DEEZER, 2020c).

Essas duas playlists automáticas têm características próprias e são altamente dependentes da seleção de gêneros realizada no início. As apresentações capturadas pela pesquisa sempre alternaram as imagens de ilustração do Flow entre Nina Simone, Chico Buarque e Frank Sinatra, enquanto a playlist Diariamente esteve constantemente “inspirada por Led Zeppelin”, refletindo a seleção de Rock, Indie e Jazz pelo usuário criado. Seguem ofertas de acesso, com diferentes níveis de destaque, para canais temáticos, reproduções diretas da página inicial de álbuns, playlists temáticas e de paradas de sucesso, rádios FM transmitidas pelo serviço e conteúdos produzidos exclusivamente para o Deezer.

Há um bom número de possibilidades, sendo que cada uma dessas seções pode ser rolada para o lado para revelar mais algumas opções de destaque. A experiência, porém, enfatiza esta primeira tela, conduzida pela personalização. Páginas temáticas, que aparecem logo abaixo das playlists automáticas em uma seção chamada Navegar, sofreram poucas variações ao longo de um mês. A seção *Navegar*, que apresentava gêneros musicais para levar a uma nova página específica deste gênero, manteve Jazz, Indie e Rock apresentados primeiro na maioria dos dias, com outras posições preenchidas variavelmente por Sertanejo, Gospel, Pop, Funk Brasileiro, Samba e Pagode e Música Brasileira. A Figura 13 ilustra a parte superior da página.

Figura 13 - Parte superior da Home Page do usuário após login - Deezer - 10 abr. 2019



Fonte: DEEZER, 2019

Logo após essas chamadas temáticas, surgem quatro seções em que novamente o protagonismo será de playlists. A primeira delas com maior destaque é a Recomenda, única que oferece variação de tipos de conteúdo a serem oferecidos. Ao longo dos dias em que se registrou a página, foram recomendados novos álbuns, podcasts, conteúdos exclusivos e transmissões ao

vivo. Todas essas porém dividiram espaço em quase metade das vezes com playlists, com destaque para a Lançamentos da semana.

Na sequência, no centro da página, seguem-se Playlists escolhidas, Popular e uma seção dinâmica que varia as ofertas de acordo com o dia e o horário em que se acessa. São dominadas integralmente por playlists, com um conteúdo exclusivo aparecendo como playlist escolhida em apenas um dia.

A metade inferior da página inicia com Novos lançamentos para você, em que surgem álbuns completos, seguida da playlist automática *Top Brazil*, com as 100 faixas mais reproduzidas no serviço. As últimas três seções são *Rádios FM*, praticamente sem variações de ofertas ao longo do mês, *Podcasts*, também com variações mínimas, e uma dedicada aos conteúdos exclusivos.

Sobre estes conteúdos, é importante destacar que são caracterizados, ao menos durante o acompanhamento, por sessões ao vivo gravadas pelos artistas e por comentários gravados sobre cada faixa de um álbum que está sendo lançado. Aparecendo uma vez caracterizada como uma playlist escolhida, não se considera esse tipo de produto uma playlist, pois trata-se do álbum em sua ordem e integralidade, adicionado de comentários.

Como se argumenta que a playlist é o novo formato em disputa pela difusão e distribuição musical, o ponto central deste mapeamento é que ele evidencia o protagonismo deste formato na apresentação mais básica do serviço. Todas essas ofertas, que em dia totalizavam cerca de 46 diferentes opções de clique e reprodução, foram compostas em todos os dias de registro por uma média de 41% de ofertas de playlists. Dentre elas as três automáticas destacadas aqui e playlists editoriais, assinadas por editores reais e outras para as quais não foi possível determinar sua abordagem básica de produção, pois eram assinadas por nomes genéricos como *Deezer Mood Editor* ou *Deezer Rock Editor*.

Apesar de não haver preocupação do estudo com a especificidade da música apresentada, é importante destacar alguns destes conteúdos, pois eles sustentam algumas das características do processo de seleção musical automatizado discutido anteriormente. O ponto principal é a maneira como as ofertas de playlists variam de acordo com os períodos em que se acessava o sistema. A Deezer contava com apenas uma seção como essa, em que os títulos são redigidos para corresponder ao momento. Nessas seções temáticas, pouco se percebem caracterizações de gênero. A identificação será a partir de situações do cotidiano, climas e sentimentos. *Trilha do churrasco*, *Good vibes*, *Happy hour* e *Calmaria* aparecem para corresponder a seleções de playlists de mesmo nome – a playlist *Trilha do churrasco*, por exemplo, tem 200 mil seguidores – ou intituladas *Músicas para o fim de semana*, *Motivação para segunda*, *Happy hour é aqui* e *Motivação da semana*. Várias dessas playlists são assinadas por editores de carne e osso, mas é difícil não imaginar que esse universo simbólico não seja

extraído das modelagens de tópicos automáticas dos sistemas estudados. Além disso, apesar da impressão de que tais modificações são constantes, há pouca variação nas temáticas e nas próprias playlists recomendadas. Durante os 17 dias em que foram capturadas imagens, foram recomendadas apenas seis combinações de playlists, em que todas elas se repetiam.

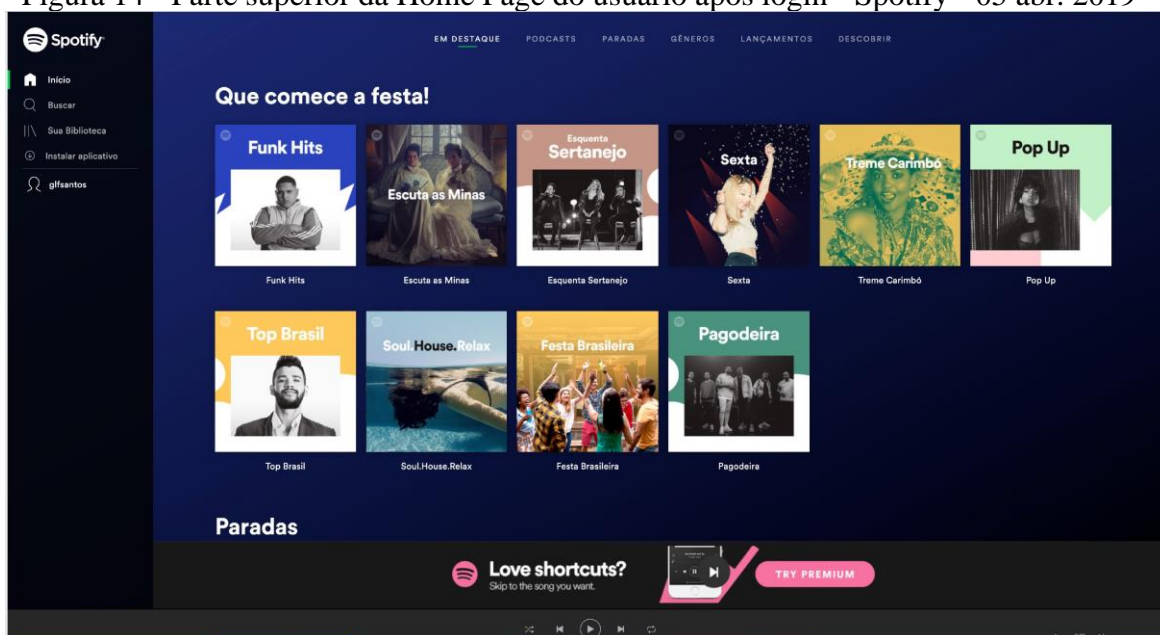
Spotify: música para todos?

A recepção do Spotify é diferente. A página inicial não conduz ao reproduutor web, mas ao cadastro e download do aplicativo para desktop. Em sua página inicial o título diz “Música para todos. Milhões de músicas à sua escolha. E nem precisa de cartão de crédito”. Diferente da Deezer, esse título continuou lá entre a coleta e a finalização da pesquisa.

Após o cadastro e a busca pelo reproduutor web, a página inicial não solicita qualquer informação sobre estilo musical, artistas ou gostos particulares. Abre-se diretamente uma página com logo da empresa na parte superior esquerda e menu, com informações sobre o usuário na parte inferior esquerda. Essa página, chamada Em destaque, é a primeira a ser aberta e será o foco de análise. Na parte superior ao centro, uma divisão por abas: em destaque, podcasts, paradas, gêneros, lançamentos e descobrir. No centro, em tamanho maior e destaque na página, três seções: Dinâmica (1), com variação de títulos ofertando playlists, Paradas, e Dinâmica (2), com variação de títulos e ofertando podcasts.

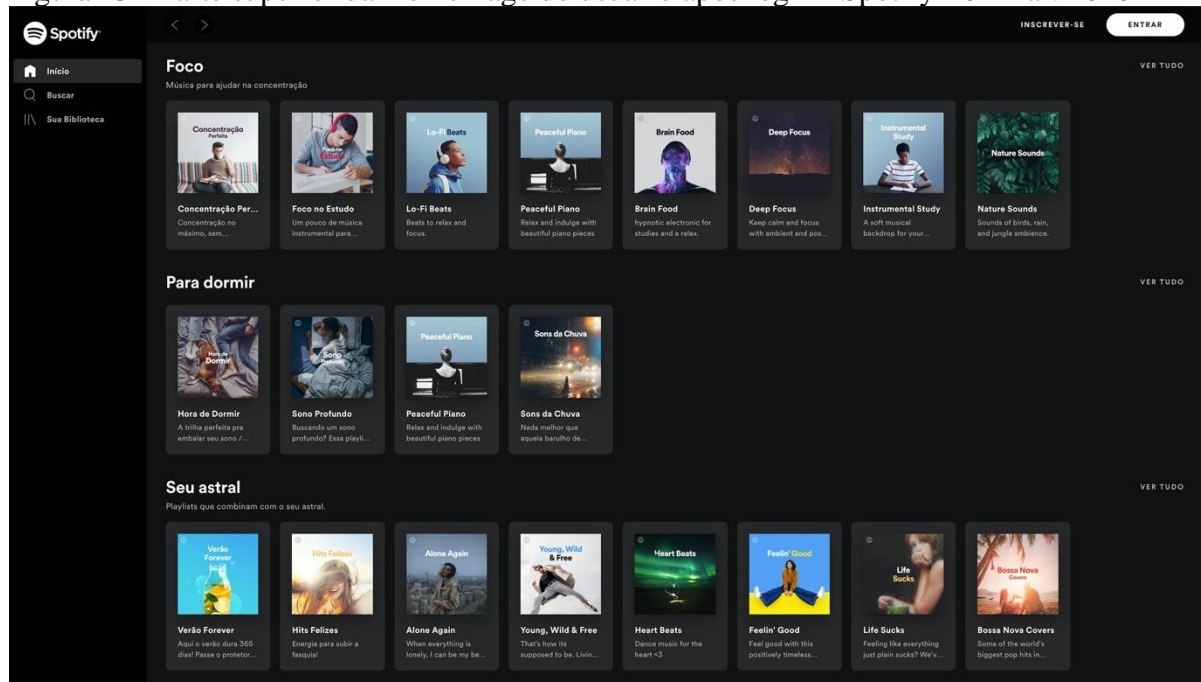
O Spotify elegeu para sua interface web essa organização com menos informações à disposição, dividida em abas. Era assim em 2019, no momento da pesquisa, porém já em 2020 a plataforma tem uma aparência mais próxima dos concorrentes, como pode-se observar nas Figuras 14 e 15. A análise se refere àquele momento em que a empresa demonstrava dar ênfase às playlists e à inserção de podcasts como conteúdo preferencial para seus ouvintes.

Figura 14 - Parte superior da Home Page do usuário após login - Spotify - 05 abr. 2019



Fonte: SPOTIFY, 2019b

Figura 15 - Parte superior da Home Page do usuário após login - Spotify - 01 mar. 2020



Fonte: SPOTIFY, 2020c

A exemplo da seção dinâmica da Deezer, a variação dos títulos e playlists na seção 1 é baseada nos horários e datas de acesso, mas permite também a “intrusão” de decisões editoriais como o destaque a lançamentos, ao menos uma das vezes em que se fez o registro. As temáticas também são parecidas, playlists como *Esquenta sertanejo*, com mais de 5 milhões de seguidores, *Lo-fi beats*, mais de 2,9 milhões, *Festa na piscina*, com mais de 294 mil, e *Nana nenê*, mais de 78 mil, figuram em seleções com títulos como *Que comece a festa!*, *Partiu sábado!*, *Bons sonhos!* e *Preparando para voltar à rotina?*. A cotidianidade é um fator central à temática das ofertas e das próprias playlists.

Após esta primeira seção, as Paradas apresentam quatro playlists automáticas invariáveis, *Top 50 Brazil* (mais de 2 milhões de seguidores), *Top 50 Global* (mais de 15 milhões), *Viral 50 Global* (mais de 1,6 milhões) e *Viral 50 Brazil* (mais de 316 mil). Nessas são ofertadas as músicas mais tocadas do serviço, segundo a plataforma.

Fechando a página, a seção 2 recomenda podcasts. Há variações de títulos, mas os temas são mais próximos de uma categorização de objetivos ou discursiva do que na cotidianidade. Em apenas uma oportunidade, é este tipo de recomendação que surge: *Podcasts para dormir e relaxar*. As outras são *Podcasts para rir até chorar*, *O inverno está chegando* (em referência à série *Game of thrones*, exibida pela HBO), *Escuta as minas* e *Pegando as rédeas da sua carreira*. Em cada uma destas poucas possibilidades, nenhuma variação, a seleção e ordem dos podcasts é a mesma.

Todas as playlists assinadas institucionalmente pelo Spotify só contêm essa assinatura, não apresentando o nome dos responsáveis por sua construção. Isso torna muito difícil a identificação de quais são automáticas e quais são editoriais. Entretanto, o próprio Spotify categoriza apenas as playlists personalizadas que não aparecem nessa primeira tela como playlists “algorítmicas” e todas as outras como editoriais. Portanto foram assim categorizadas (SPOTIFY, 2020b). Mais uma vez, porém, não é provável que a modelagem tópica automatizada não seja uma ferramenta, no mínimo, usada para auxiliar na definição dos temas e seleção das músicas, já que ambas exibem as mesmas preocupações temáticas.

Apple Music: muitas e muitas ofertas

A Apple tem um relacionamento com a oferta de música mais longo e mais complexo do que as outras empresas. Isso informa sobre a maneira como o serviço se apresenta e sobre o posicionamento que a própria marca quer construir. A loja de downloads iTunes, incorporada pelo software reprodutor de música, foi o centro das atenções de consumo digital de música legalizado durante a década de 2000, chegando a ser a maior vendedora de música on-line em 2008 nos Estados Unidos, segundo a empresa (APPLE, 2008). Neste aplicativo, coincidentemente em 2008, foi introduzido o Genius, recurso de recomendação automática que construía playlists de fonogramas disponíveis na biblioteca local de arquivos MP3 do usuário. Historicamente protetora de suas tecnologias, a Apple pouco divulgou sobre a forma como construía suas recomendações. Entretanto, especula-se que era baseada em similaridade de artistas por meio de metadados, sem processamento de sinal e sem filtragem colaborativa (BARRINGTON; ODA; LANCKRIET, 2009).

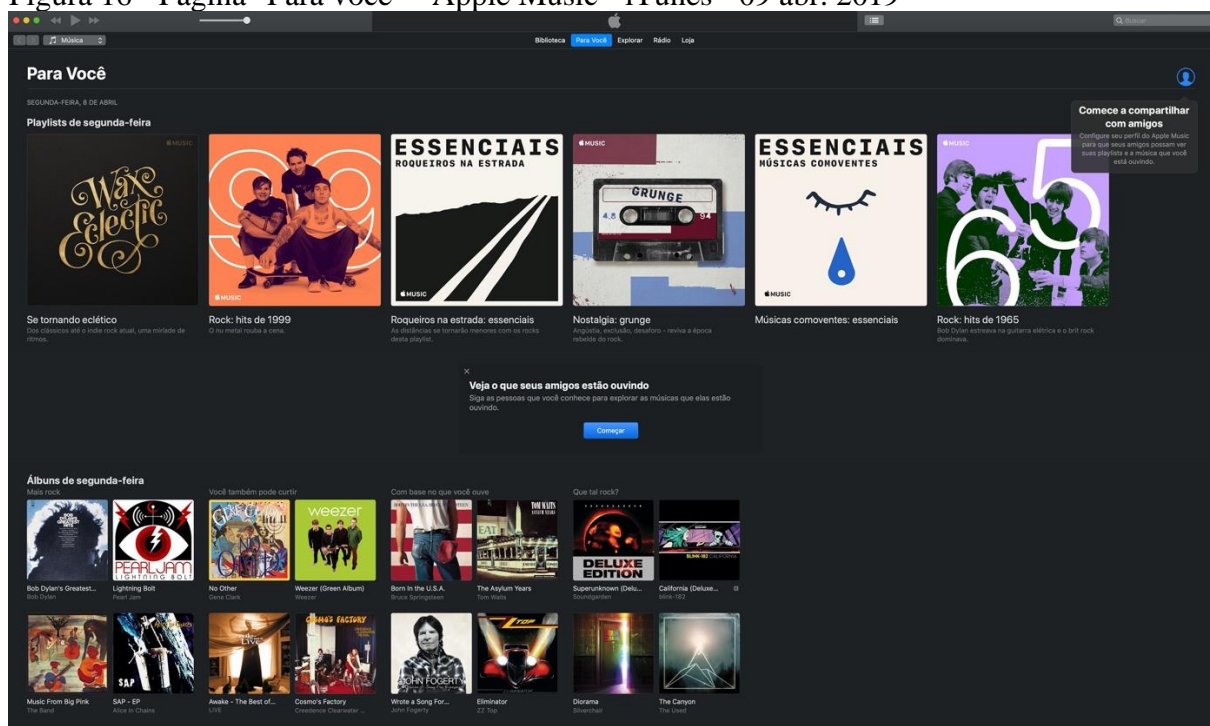
Seu serviço de streaming, o Apple Music, entrou tardiamente no mercado, em 2015 – Deezer e Spotify foram fundados em 2007 e 2006, respectivamente. Entretanto, foi apoiado sobre a estrutura de hardware e software da empresa e seu histórico com o iTunes. Apesar deste relacionamento e das estratégias de recomendação automática, o serviço enfatizou desde o início sua predileção por playlists editoriais, feitas por humanos, incluindo uma rádio 24 horas on-line no serviço *Beats 1* (DELEON, 2015; SAFIAN, 2018). Em 2017, porém, introduziu uma playlist automática personalizada chamada *Chill mix*, seguida de outras como a *Favorites mix* e a *Friends mix* em 2018 (MAYO, 2018; PANZARINO, 2017).

Em abril de 2019, quando da captura para análise, o acesso era realizado pelo aplicativo iTunes. Em outubro de 2019 foi lançado um aplicativo separado apenas para música – iTunes e streaming. A disposição dos elementos, porém, se manteve consistente.

No primeiro acesso, pede-se ao usuário que escolha os “gêneros que ama” e informa-se que “Suas seleções inspirarão as recomendações que faremos na seção Para você”. Foi possível

limitar a escolha a apenas um gênero, Rock. Após isso a tela se repete com a escolha de artistas, sendo necessário selecionar ao menos três, para os quais o usuário selecionou Pearl Jam, Neil Young e Bob Dylan. A primeira página aberta após essas seleções chama-se Para você e apresenta recomendações personalizadas. Entretanto, devido à pouca interação com o sistema, naquele momento a página continha apenas três linhas de imagens com ofertas. Decidiu-se por analisar a aba *Explore*, mais parecida com as proposições da Deezer e do Spotify. A página Para você pode ser vista na Figura 16.

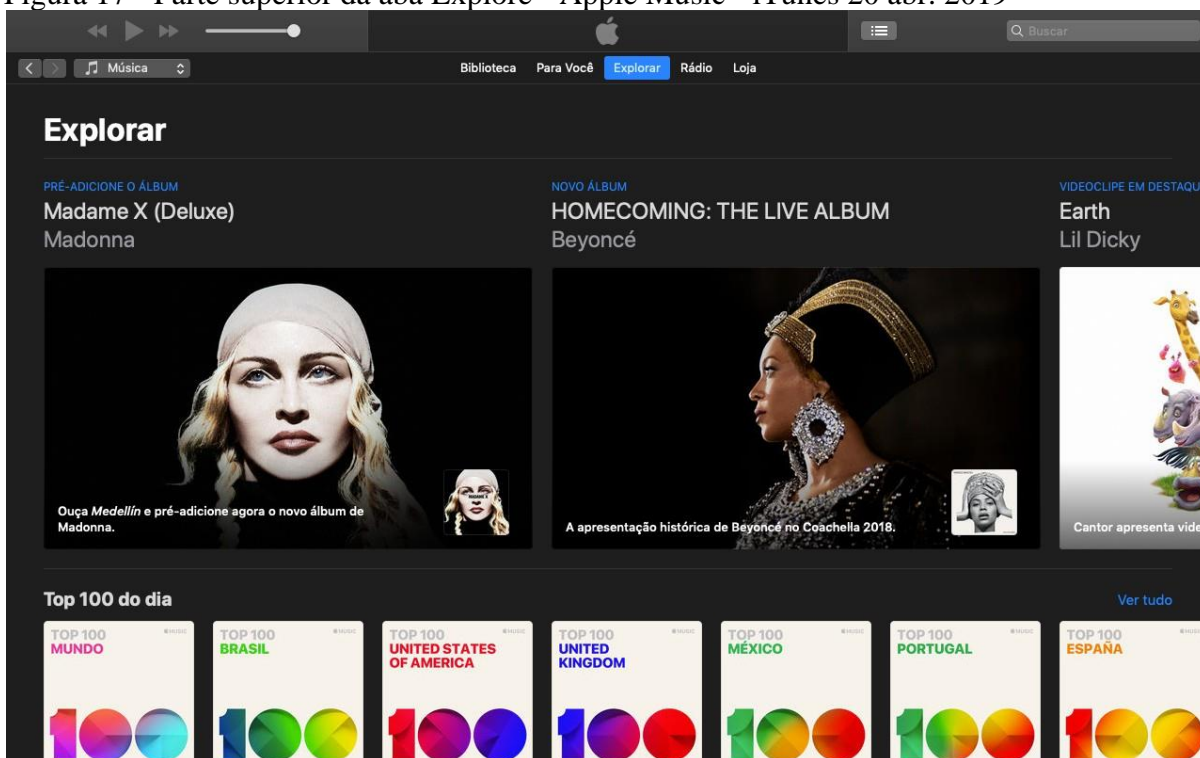
Figura 16 - Página "Para você" - Apple Music - iTunes - 09 abr. 2019



Fonte: capturado pelo autor, 2019.

A aba *Explore* do Apple Music é a mais complexa das páginas de serviços de streaming analisadas. O número de ofertas é muito amplo, tendo uma rolagem vertical mais longa e ofertas de playlists, álbuns, vídeos e faixas, chegando a 68 diferentes possíveis cliques na página, em comparação com 46 da Deezer e 28 do Spotify. Além da possibilidade de rolagem horizontal da maioria das seções revelando novas ofertas (Figura 17).

Figura 17 - Parte superior da aba Explore - Apple Music - iTunes 20 abr. 2019



Fonte: capturado pelo autor, 2019.

Na primeira seção são apresentados, em maior tamanho, destaques selecionados pelo serviço. Novos álbuns, pré-lançamentos, playlists e vídeos aparecem neste espaço. Principalmente os primeiros. Em seguida uma coleção de “Top 100 do dia” de vários países se repetiu durante todo o mês com os primeiros sendo mundo, Brasil, Estados Unidos, Reino Unido e México. Logo abaixo vem a primeira seção dinâmica (1), em que os títulos variam de acordo com o dia e hora em que se acessa, agrupando sempre playlists por tema. A variabilidade de temas e ofertas de playlists porém foi muito baixa, sendo repetidos muitas vezes os temas *Músicas para treinar* e *Um brinde ao indie*, em que houve pouca mudança das playlists classificadas, como *Na vibe de sexta-feira* e *Alternativa para malhar*. Esta primeira parte encerra com uma chamada para temas “músicas por atmosfera” em que se abrem páginas ligadas aos temas *Boa onda*, *Festa*, *Chill* e *Décadas*, não variando ao longo do período.

Outra seção dinâmica (2) inicia a segunda parte – primeira rolagem vertical – da página em que são criadas temáticas estritamente musicais, se referindo a épocas, gêneros, e outras classificações musicais. Predominam as playlists, mas também são ofertados álbuns, a depender da temática. Então, surge com maior destaque de tamanho uma seção chamada *Recém atualizada* em que se mostram playlists que receberam novas músicas recentemente. Pouquíssima variação durante o período foi verificada, mantendo-se sempre com as playlists *Sertanejo VIP*, *Hits do momento*, *O melhor da semana*, *O baile*, a variação em vídeo das duas

primeiras e, em apenas um dia, uma playlist focada em um artista: *Anderson Paak: essenciais*. Essas playlists variavam apenas sua posição, mantendo-se sempre nesta seção.

As próximas seções são as únicas nos três serviços que oferecem faixas isoladas (*Faixas em destaque* e *Novas músicas*), em que o clique pode levar ao álbum, mas destaca diretamente a música exibida. Em seguida a seção *Nós adoramos* recomenda álbuns e logo após a seção *Crie sua biblioteca* recomenda playlists da série *Essenciais*, que concentram músicas de apenas um artista ou gênero musical. No período, apenas essenciais de artistas foram ofertadas nesse espaço. A variação foi mínima, com poucas inserções de opções durante o mês de observação.

A página encerra com uma seção de vídeos exclusivos produzidos para o serviço *No Beats 1* e uma chamada de pré-lançamentos de álbuns denominada *Em breve*.

Apesar da maior quantidade de opções de ação na página do Apple Music, nota-se pequena variação do conteúdo. Poucas são as seções em que há troca total do que está sendo ofertado, e mesmo as seções dinâmicas tendem a repetir conteúdo ou se ater a pormenores mínimos como a variação entre décadas ou subgêneros. Além disso, frente à tentativa de ofertar tantos formatos diferentes, vídeos, álbuns, playlists e faixas, a predominância de playlists é a menor entre os três, tendo em média 32% das ofertas compostas por playlists. Ainda assim, é um espaço privilegiado, já que o restante é dividido entre outros três formatos.

Também não é possível ter certeza sobre o papel da automação na produção das playlists oferecidas pelo Apple Music, já que não há atribuição de autoria quando lançadas pelo próprio serviço. Certamente as playlists de paradas são produzidas automaticamente, mas não há certeza sobre as demais. Nota-se que as playlists personalizadas destacadas pelo próprio serviço como automatizadas não aparecem nesta aba, surgindo apenas na aba Para você, o oposto da abordagem do Spotify, em que as playlists automáticas personalizadas são oferecidas na aba Descoberta – análoga a Explorar, e diferente da Deezer, que não divide sua interface em abas oferece a automatização personalizada como o primeiro conteúdo a ser visto. É importante destacar, porém, que a primeira página vista pelo usuário é a página personalizada, o que justifica a retirada desta opção na página de exploração.

Além da playlist automática: a playlist algo-torial das plataformas

Pelas playlists automáticas em fluxo, playlists temáticas e pela audição sob demanda, as plataformas de streaming ampliam a aplicabilidade da playlist. Nos anos 1950, o lançamento semanal de 200 singles justificava os pagamentos de “consultoria” a DJs para ouvirem e opinarem sobre novas músicas que, ao mesmo tempo, mascaravam a seleção subornada de diferentes canções (BREWSTER; BROUGHTON, 2014; FRITH, 1982). Neste início de século XXI, a explosão de possibilidades de acesso a milhões de fonogramas justifica constantemente

a oferta digital por meio de uma lógica de seleção mais eficaz, porém tão discutível quanto a primeira. Combinando playlists mais próximas do próprio rádio, as construídas por editorias ou curadorias, e a mais nova manifestação da playlist, a automatizada digital, a construção da playlist das plataformas de música se destaca no modelo comercial da indústria fonográfica como o centro de uma prescrição musical, ou como Bonini e Gandini (2019a) classificam, de um *gatekeeping* musical. Os três depoimentos colhidos durante a pesquisa da tese, somados à essa pesquisa recente dos autores, servem de base para uma reflexão sobre a combinação inseparável entre as abordagens automática e editorial e a especulação de seu significado.

Como descrito na introdução, a inserção do streaming no mercado como forma de organizar modelos de negócios difusos e incertos destaca as disputas pelo controle da música gravada. É acirrada a questão da organização de uma biblioteca ainda maior que aquela dos usuários do Winamp ou do iTunes. O streaming coloca à disposição imediata dos ouvintes uma quantidade de músicas as quais nenhum deles teria tempo de vida suficiente para ouvir. Acirra, portanto, um problema da capacidade de escolha (SCHWARTZ, 2004) ou da própria ideia de seleção musical: seu número impossível de músicas acessíveis é tanto seu argumento quanto seu desafio para a manutenção de envolvimento com o público. O afeto emocional de ansiedade e risco na seleção da música e o “medo de estar perdendo” são elementos que ocupam espaço importante na forma como são imaginadas essas práticas de consumo. Antes mesmo do lançamento do serviço, o Spotify anunciava:

O Spotify te dá a música que você quer, quando você quer. Sua escolha está apenas à distância de uma caixa de busca ou uma recomendação amigável. Você ficará maravilhado com a velocidade e controle que você tem com o Spotify⁸² (2006).

O argumento em torno do controle pessoal e infinidade de escolhas está na origem da retórica destes serviços, mas além disso: a capacidade de recomendar o que você deseja também está presente. O uso de construções automatizadas porém, não é novo. Os softwares reprodutores de música da década anterior, os tocadores de CD, domésticos ou para automóveis, já ofereciam a audição aleatória das canções disponíveis. Como visto no Winamp e no SoundApp e no histórico dos álbuns em CD, essas possibilidades também estavam presentes e capitaneavam a discussão sobre “o fim do álbum” (POWERS, 2014). Essa aleatoriedade é ainda limitada em pelo menos duas formas, primeiramente determinada pelo formato físico do CD

⁸² Do original: Spotify gives you the music you want, when you want it. Your choice is just a search box or a friendly recommendation away. You'll be amazed by the speed and control you have with Spotify.

ou ao tamanho da biblioteca do ouvinte e, em segundo lugar, exige que o ouvinte decida dentre quais playlists ou bibliotecas o sistema o selecionará.

A partir daí é que começam a surgir as publicações preocupadas com a recomendação automática de música, a construção e a definição de playlist na área da computação. Suas abordagens e modelos introduzem um pensamento computacional ao problema da seleção e da diminuição dos riscos de consumo, algo até então reservado pelas técnicas de marketing, A&R e pelos programadores da playlist radiofônica (BHATTACHARJEE et al., 2009). Foi demonstrado no Capítulo 0 que, nos anos 2000, época de rápida expansão do compartilhamento de arquivos de música na web e momento de expansão dos softwares de reprodução musical em computador e dos tocadores de música portátil no formato MP3, é que são encontrados os primeiros estudos preocupados com uma definição para a playlist. No fundo, essas abordagens trazem consigo preocupações e pressuposições sobre a audição musical, as hierarquias de gênero e artistas, as aplicações contextuais da audição e padrões de comportamento a serem mapeados para a construção da playlist. Tornam relevante ainda a própria questão da audição musical ordenada (POWERS, 2014).

As primeiras proposições são baseadas nas abordagens de classificação e recomendação de dados, aplicadas em sistemas de busca e outros sistemas de organização como as listas de discussão e e-mails. Conforme visto no Capítulo 3, todas as soluções propostas para essa automação da playlist fazem um esforço contínuo de satisfazer o ouvinte. Essa satisfação tem variados níveis de sucesso e definição, normalmente avaliadas a partir do tempo dedicado a audição ininterrupta. O descontentamento com os resultados das ofertas por parte dos ouvintes, frente às suas práticas de audição, gostos musicais, contextos de audição, é expresso constantemente. Eleva-se a percepção de que a construção automatizada das playlists não traduz um caráter prescritivo, ou seja, não há nas listas propostas a credibilidade de um trabalho humano, sensível, afetivo que estava imbuído na programação radiofônica ou nas seleções pessoais (PREY, 2018). Da inter-relação entre a eficiência quantitativa da recomendação automática e a eficácia afetiva das editorias humanas é que as plataformas de streaming vão adotar um “toque humano” às suas “estações de rádio na internet”, incluindo uma qualidade radiofônica às playlists ofertadas, com diferentes estratégias discursivas que buscam construir a falsa percepção de prescrição eficiente, personalizada e neutra (GLANTZ, 2016; MORRIS; POWERS, 2015).

Jamais abandonando projetos de seleção automatizada, principalmente por se tratar de problemas diretamente ligados à sua área explicitada de atuação, os serviços de streaming criam postos de curadoria ou editoria, ocupados por DJs, produtores, jornalistas e celebridades,

responsáveis por playlists especiais ou por programações transmitidas em fluxo, ao vivo, dentro dos serviços. A inclusão dessa perspectiva humanizadora ocorre a partir de 2014, mas ao contrário de indicar a substituição ou a separação entre duas filosofias diferentes de programação, as duas vão operar em conjunto informando a produção midiática destas empresas (BONINI; GANDINI, 2019a; ERIKSSON et al., 2019). Entretanto, é justamente essa produção midiática que é disfarçada pelo empenho dos serviços em serem identificados não como meros meios de difusão e distribuição musical, mas como plataformas. Um empenho sustentado pelo campo de atuação da computação, como visto nas defesas e análises de sistema de recomendação.

Concentrando dados de diferentes estudos, Bonini e Gandini (2019a) estimam que há centenas de editores globalmente distribuídos entre serviços como o Google Play Music, Spotify, Tidal, Amazon Music e Apple Music, concentrando poder em uma "elite global de especialistas musicais" que decidem pela inclusão ou não de artistas em playlists e nas páginas iniciais dos serviços. No Brasil, o Spotify empregava entre 2016 e 2017 apenas um editor para toda a sua programação, a Deezer, uma editora e um estagiário. Editores, na maioria das vezes, inacessíveis à pesquisa independente, como demonstrado aqui e pelos próprios autores.

Todo esse poder é exercido sustentando-se sobre uma estrutura automatizada baseada na performance de satisfação individual do usuário que se mistura com a curadoria, de maneira difícil de ser detectada. Isso é identificável na maneira como as playlists dispostas nas primeiras páginas dos serviços não são transparentes sobre suas origens. As playlists divulgadas como "algorítmicas" são assim caracterizadas para destacar seu caráter personalizado. As demais, são declaradas editoriais mas, com exceção da Deezer, que nomeia os editores de algumas das playlists, sua autoria é institucionalizada, não associada a um editor específico. O provedor das trilhas para o fim de semana, para foco no trabalho e para a sessão de exercícios é a plataforma.

Como Tarleton Gillespie (2010) observa, uma plataforma procura estabelecer-se como uma estrutura mediadora de interações sociais e construtora de realidades sem que, com isso, seja reconhecida como uma empresa de mídia. A operação de plataformização da distribuição e difusão musicais, assim, não trata apenas de remediar a prescrição musical do rádio em outro veículo, mas ocupar esse espaço por meio da valorização de um formato próprio. A playlist nestes espaços será um pacote de consumo específico construído e comunicado com base em uma perspectiva própria da plataforma, com suas filosofias de programação divulgadas de forma seletiva e controlada: as engenharias para os reguladores, os especialistas curadores para o público.

Acontece que, conforme discutido, as formas de construção dessas playlists são também mascaradas pela forma como essas empresas se articulam como caixas-pretas. Assim, o pouco que pode-se apreender nas formas de seleção e oferta musical desta playlist reside nas próprias playlists, em escassos depoimentos de profissionais de curadoria e nas publicações, muitas vezes controladas estritamente pelas relações públicas dessas empresas ou em engenharias reversas e inferências realizadas a partir do que se pode acessar por meio da imprensa e dos releases. Construindo um emaranhado de atores sociais e filtros que operam a prescrição (ERIKSSON et al., 2019; SEAVER, 2017).

As duas lógicas – editorial e automática, em sua apresentação, são raramente separadas e normalmente indistinguíveis. “Sempre há fricção entre as duas”, de maneira que playlists construídas por curadores se apoiam em dados e recomendações automáticas, e os históricos de audição e desempenho de playlists editoriais alimentam os algoritmos de recomendação. “No rádio, playlists são geradas com apoiadas do Selector ou outro software similar, enquanto em plataformas de streaming, cada empresa desenvolve seu próprio software proprietário para análise de dados”⁸³ (BONINI; GANDINI, 2019b, p. 5, tradução nossa). Os depoimentos colhidos corroboram essa percepção, pois suas fontes, trabalhando no streaming, em agência ou gravadora, se confundem muito com os próprios softwares:

A segunda [fonte de informações] é o consumo dentro do [serviço], então você consegue ver os artistas que estão crescendo mais, você consegue ver a resposta do público para cada playlist que você cria (EV1).

Eles [a gravadora] têm um sistema que só dá pra ver lá, não tem como acessar daqui, tem que estar lá, eles chamam de Swift, que aí é por playlist e ali tem os dados de quantas vezes aquela música foi skipada, tem o rendimento da música na playlist, se está indo bem se está indo mal, tem todo esse lance (EV2).

Eu pesquiso muita coisa pelo Spotify, acredito que a maioria das pessoas que trabalham com isso hoje em dia também já estão ali, né? Pela facilidade da coisa. Você tá na rua, você precisa acessar um arquivo, você acessa (EV2).

Muita coisa eu ia atrás desses blogs e listas de melhores. Mas uma boa parte vinha de sugestão de Spotify e Last.fm. Mas daí ele sugere alguma coisa, você entra ouve, não é que seja tudo maravilhoso. Então, o meu trabalho era comparar essas bandas e saber o que realmente é aproveitável ou não (EV3).

O EV3 destaca que o sistema de análises disponível para a construção da playlist informa estatísticas muito próximas do que os sistemas utilizam:

Streams, skips, na intranet você consegue ver tudo que está acontecendo com artista, com a faixa, no Spotify, no Deezer não está funcionando. Idade, masculino, feminino, onde mora, cidade, país. Tudo (EV3).

⁸³ Do original: In radio, playlists are generated with the support of Selector and other similar software, while on music streaming platforms, each company has developed its own proprietary software for data analysis.

Os curadores ou editores musicais assumirão um posto de construtores de playlists como produtos especiais para o streaming, para distribuidores digitais e artistas buscando exposição naquelas consideradas mais influentes e badaladas. Além disso, essa figura também será importante especialista para ferramentas de marketing, buscando a construção simbólica que, até então, os algoritmos são percebidos como incapazes de criar: temáticas, contextuais, de identificação de marca e de climas e ambientes, estas últimas puxadas diretamente dos sets de DJs.

Hoje em dia a playlist é o foco, toma maior parte do meu tempo. Mas eu faço muitas outras coisas que não são isso, eu faço negociação com artista, negociação com gravadora, criação de conteúdo original pra promover o serviço, pra promover músicas dentro do serviço. Então é uma mistura de tudo que envolve o conteúdo musical dentro da empresa. Eu dou suporte a outras áreas que precisam de conteúdo musical, então se a nossa área comercial vende uma campanha de uma marca, a gente dá suporte na parte de conteúdo. Então é bastante coisa em uma só (EV1).

O que ficou claro, porém, é que a ênfase dos sistemas de recomendação está na personalização e eficiência. A filosofia de programação está na criação de uma infraestrutura de audição pessoal, mesmo que envolva descoberta. Sua interação com a editoria, mantida camuflada para o ouvinte, resulta em uma construção que corre o risco de ser ainda mais fechada e pouco diversa (COATES, 2016). Isso se alinha com preocupações levantadas sobre a capacidade desses serviços e a incapacidade de regulação sobre eles em gerar um ambiente musical que valorize a diversidade. Se há peso editorial por um lado e estrutural por outro, ambos servem a uma mesma lógica de experiência musical baseada “mais em atividades”, numa lógica quase “funcional”, do que em “promover uma experiência de audição compartilhada e social”⁸⁴ (FENBY-HULSE, 2016, p. 180). Para Fenby-Hulse (2016, p. 183), essas playlists servem como ferramenta “simples e eficiente de acessar conteúdo musical apropriado para situações diversas, exercícios, festas e trabalho”, mas são raras as vezes em que promovem “atividades criativas e atos de performance de identidade”. Os depoimentos colhidos dão dicas desse enquadramento, apesar de haver esforço para construir a curadoria como um ato criativo e independente.

Com a evolução disso [da playlist automática], a ideia é que ela supra as suas necessidades mais básicas. Aí quando você quer uma coisa mais específica, você vai lá, busca uma playlist temática, busca uma playlist de gênero. Mas é meio que a sua playlist da forma mais simples e pura e que, em teoria, ela otimiza o seu esforço para ouvir (EV1).

Era pra ter mais variedade, era pra galera estar atendida naquele artista, mas não vou mentir pra você. Essa minha visão é uma visão de quem começou a tocar num nicho que não tem o costume de ser, como vou dizer, ser tão moderno, tão moderninho. Tem festa que consegue botar essas novidades, essas coisas menos populares, na pista, nas

⁸⁴ Do original: listening experience seems to revolve more around activity-based listening or functional music than enabling a shared listening and social experience

playlists em suas ferramentas de comunicação. Mas eu não vejo isso numa coisa muito geral. Eu vejo que as pessoas não são mais tão abertas quanto estavam, assim. Então, que antes o DJ era isso. (...) E eu sou muito contra isso, essa coisa de achar que o DJ tem que educar a pista, é muito prepotente também. “Nós educávamos a pista, e não sei o quê”. Mas tinha uma coisa interessante que era você poder, tipo, “você ouvia aquela coisa maravilhosa, e fala, caralho, isso aqui tem tudo a ver com essa festa, tem tudo a ver com essa playlist, tem tudo a ver com esse cliente (EV2).

Se as playlists personalizadas buscam ser um eco do gosto do ouvinte e as playlists editoriais buscam criar uma ponte entre o popular e pessoal, o formato da playlist pode operar uma prescrição ainda mais orientada a pequenos círculos musicais. As estratégias dos serviços tendem a valorizar a construção de canais pelas chaves tradicionais do gênero musical, ainda que a regionalização também seja um aspecto forte. Em depoimento a Bonini e Gandini (2019b, p. 3, tradução nossa), um editor que trabalhava para o Google Play Music declara que criava 30 playlists por mês em média, “para completar a oferta de playlists em termos de um gênero musical, eras históricas, climas, eventos ou festividades específicas. Toda semana também atualizávamos cerca de 50 playlists”⁸⁵. Sobre a estratégia da playlist, um dos depoimentos destaca:

Poucas playlists dinâmicas. Interessa mais do que muita playlist que está estática. Isso é uma mudança estratégica geral, eu acho, da indústria nos últimos tempos. Que realmente todo mundo foca mais em playlists poucas e boas e dinâmicas e muito movimentadas, e menos em muita playlist e que você vai lá e procura playlist para tomar banho de chuva. Não funciona. No início todo mundo achava que era isso, você tinha que ter playlist pra tudo, qualquer tema. Isso não funciona. Porque uma playlist dessa não diz nada pra ninguém. É legal, mas no final é gosto pessoal (EV1).

Já os próprios editores se constroem como entendedores, críticos, pensadores da seleção musical apropriada para avançar as marcas de streaming, seus anunciantes e os músicos na plataforma. São especialistas em música capazes de corresponder a qualquer tipo de solicitação em sua área de especialidade. São promotores de descoberta, equilibrando esta filosofia às demandas da indústria. “Pra mim, a minha concepção sempre foi essa coisa de apresentar música nova para as pessoas. Eu gosto disso”, declara o entrevistado (EV3). Para o entrevistado 1,

(...) nosso grande desafio é esse. Você não abrir mão da descoberta, mas, ao mesmo tempo, o que você tem que entregar é o que eles querem ouvir, senão eles vão sair da sua playlist e ouvir uma playlist deles, por exemplo, uma playlist de um outro fornecedor de conteúdo etc. (EV1).

Suas fontes de informação para a construção das playlists ampliam as dos programadores do rádio. Às publicações especializadas, boletins da indústria e influência de

⁸⁵ Do original: The new ones were created with the aim to complete the offer of playlists in terms of music genre, historical ages, mood, events or specific festivities and holidays. Every week we also used to update about fifty playlists.

profissionais da indústria fonográfica adicionam-se métricas de acesso construídas também por algoritmos, além de perfis de audiência, temas e contextos de audição também identificados por meio de algoritmos que envolvem a influência de blogs e jornalistas on-line e comportamentos de fãs em redes sociais e o *buzz* que pode ou não ser causado por uma música específica. Enquanto os programadores do rádio se dispunham em um espectro entre estética e pesquisa, os curadores estarão no centro, exibindo compromisso estético e técnico em sua discursividade.

Então, eu mantenho algumas playlists que são totalmente autorais e experimentais, porque elas precisam existir. E elas vão bem. O consumo é baixo, mas é qualificado. São poucas pessoas que ouvem, mas elas se mantêm na playlist por muito tempo (...) Eu tenho uma playlist (...) em que a ideia é [ter] músicas tranquilas, fáceis de ouvir, mas que são um pouco mais de descoberta, então ela mistura algumas coisas que são um pouco mais conhecidas com coisas menos conhecidas, que são mais alternativas, assim. (...) [Outra] em que a ideia é realmente te levar numa viagem, então ela é bem mais experimental, são músicas mais baixas, calmas, se tiver um hip-hop é bem contemplativo, e aí você tem coisa mais alternativa, aí você vai pro jazz e termina com música instrumental ou chega quase numa música erudita. Eu gosto de experimentar dessa forma porque eu acho que é um desafio pro ouvinte, e se ele se abre ele gosta muito. Mas esse é o tipo de coisa que eu faço [por teimosia] assim, porque não é o que dá o resultado cobrado e não é uma coisa que dá visibilidade, mas eu acho que dá uma riqueza pro serviço que é importante. Eu acho que tem muito usuário que fica frustrando que entra e vai buscar e as playlists são todas muito parecidas. Todas muito radiofônicas, muito comerciais. Com o crescimento do streaming no total, eu acho que isso deve melhorar bastante, porque você vai ter como focar mais em nichos específicos. O que dá resultado, por enquanto, é isso [o popular] (EV1).

(...) são playlists que eu faço porque eu acredito nelas, porque eu acho que se a gente for se basear só em dados a gente vai ter um fenômeno que é algo que a gente já tem visto, que é todas as playlists serem iguais. Então você tem uma playlist que é de hit, que são os hits radiofônicos, que assim, tô falando de hit pop, não necessariamente de gênero. Que aí você tem uma coisa de Natal, que são os mesmos hits. Natal com os amigos, os mesmos hits. Vamos viajar: os mesmos hits. As pessoas gostam de ouvir o que elas conhecem, o que são basicamente 30, 40, 50 músicas. Isso num nível global. No local complexifica um pouco, mas não muito (EV1).

Fica claro que há uma postura de intermediação entre a lógica de rotação do mercado, a tematização em torno dos hits e mesmo uma repetição do raciocínio por trás da formatação em Top 40, enquanto defende-se uma liberdade editorial de experimentar, como forma de promover brechas de nicho. Tudo isso sustentado pela constante medição de níveis de audição e permanência na playlist. Nota-se que o critério de avaliação técnico entre editorial e automático é o mesmo, a manutenção do usuário da playlist. Por um lado, tempo gasto e a declaração de satisfação, do outro apenas o tempo gasto:

O quanto a gente consegue manter um usuário dentro de uma playlist. A gente não pode forçar as pessoas a ouvirem mais MPB do que sertanejo, mas a gente precisa pegar o usuário que quer ouvir e satisfazer o que ele quer ouvir. Ela precisa comunicar exatamente o que ela tem ali dentro e vender exatamente o conteúdo que ela vai entregar. Por exemplo, estou fazendo uma playlist de carnaval. Qual é o melhor título e a melhor capa e o melhor conteúdo pra que ela realmente se conecte com o usuário

ele olhe aqui ele queira clicar e quando ele clicar ela continue entregando o que ele espera ouvir. Esse é o principal foco que a gente tem, eu acho que estamos sendo bem-sucedidos, especialmente no que o nosso principal público quer (EV1).

Mas a playlist é um sucesso quando ninguém sai dela no meio do caminho, se você consegue colocar uma música atrás da outra e que a pessoa continue ouvindo e gostando e que não saia dela. Que não perca seguidores e que esteja sempre crescendo e que contribua para a música ter um número de streaming bem grande. (EV3)

O equilíbrio entre critérios técnicos e inspiração criativa se alinha a outros depoimentos, em que a intuição e gosto pessoais interagem com pressões editoriais e orientações de software. “De minha parte, temos algoritmos que produzem análises que nós fornecemos para a equipe editorial como um serviço”, um informante da Apple declarou (BONINI; GANDINI, 2019b, p. 6). Outro revela que o que é divulgado na página do Spotify para artistas sobre playlists editoriais e playlists algorítmicas esconde a mistura entre as duas:

“temos 3 tipos diferentes de playlists no Spotify... 100% manuais curadas... playlists algo-toriais... e então temos playlists 100% totalmente baseadas em algoritmos” (Ramirez, 2017). De acordo com Daboh, uma “playlist 100% gerada por algoritmos” é uma playlist como “Release Radar” ou “Discover Weekly” que são listas personalizadas geradas por algoritmos sem intervenção de curadoria. “playlists 100% manuais, são aquelas listas como Rap Caviar que dependem da experiência, instinto e conhecimento dos melhores curadores do Spotify. Mas essa distinção é, no mínimo, ingênua, porque toda playlists, seja “100% manual” ou “100% baseada em algoritmo” contém ambas as lógicas numa lógica inextricável: toda playlist é algo-torial, muito mais do que os próprios curadores acreditam⁸⁶ (BONINI; GANDINI, 2019b, p. 6, tradução e grifo nossos).

Bonini e Gandini apontam para o fato de esses depoimentos exibirem também a lógica invertida: a playlist algorítmica é também influenciada pela editorial. Como argumentado, a própria convivência dessas prescrições no mesmo ambiente digital, em que todo o comportamento de audição é registrado e alimenta o próprio ambiente, indica essa inter-relação. A influência é mútua, dados sustentam a curadoria humana, supervisão humana refina a recomendação automática (BONINI; GANDINI, 2019b, p. 6). Isso é notado nos depoimentos colhidos:

A principal fonte que eu tenho são as gravadoras. Como estou em contato diário com cada uma delas, é muito mais fácil. Desde as grandes Sony, Universal, Warner, até os distribuidores dos independentes, que hoje em dia são bem relevantes dentro do consumo do [serviço]. Então eles também estão o dia inteiro em contato comigo, falam de cada detalhe que tem, cada artista novo, seja um artista grande ou pequeno, mas são todos artistas relevantes dentro do seu gênero e do seu nicho. (...) Mídia. O

⁸⁶ Do original: “we have three different types of playlists on Spotify . . . we have 100% handcrafted curated playlists... algo-torial playlists... then we’ve got 100% fully algorithm-based playlists” (Ramirez, 2017). According to Daboh, a “100% algorithmically-generated playlist” is a playlist like “Release Radar” or “Discover Weekly,” which are personalized lists of songs generated by algorithms without curatorial intervention. “100% handcrafted playlists” are those lists like Rap Caviar that rely on the experience, gut, and knowledge of the top music curators at Spotify. But this distinction is at least ingenuous, because every playlist, whether it is “100% handcrafted” or “100% algorithm based,” contains both logics in an inextricable way: every playlist is algo-torial, much more than the curators themselves believe.

tempo inteiro seguindo todo tipo de mídia. Pra gênero brasileiro é bem difícil, a gente tem quase nada de mídia especializada em música, e as que tem falam muito mais de rock e pop do que de sertanejo, funk e pagode. É bem mais complicado. (...) Youtube. Pra alguns gêneros específicos o YouTube é muito importante. É nosso principal concorrente. Mas isso já está mudando, os artistas estão tirando muita coisa. É uma ferramenta muito importante especialmente pra esses gêneros que são primariamente consumidos lá dentro. Funk e sertanejo. O funk muito mais do que qualquer coisa. Eu vejo um vídeo que está bombando no YouTube, chego pro distribuidor e falo gente, tem que subir pra gente, porque está só lá (EV1).

[Na gravadora] já tem umas 40 listas que já estão prontas, e o que eu faço é pegar as prioridades da gravadora e distribuir elas nas listas que cabem. E observar a performance da música na lista, se ela tá subindo de posição no Spotify ou não, pra posicionar elas em determinados lugares dessas playlists pra ajudar na quantidade de streaming e elas subirem nos *charts* do Spotify, do Deezer, Apple Music, todos esses players de streaming (EV3).

Eu vou ordenando as músicas e você consegue ver hoje em dia, tem dados que você consegue ver se a playlist está tendo um bom número de *streams* ou não dentro daquela lista, então se vale a pena ou não vale mantê-la aqui. Ou colocar mais pra baixo talvez, ou mais pra cima. E tentar deixar a playlist de uma maneira que ela seja toda ouvida e tenha bastante *stream*, seguidor, pra quando se tiver uma prioridade da gravadora, um lançamento bom, a playlist trazer bastante plays e contribuir pra música subir (EV3).

Tem sites especializados em lançamentos, que daí mostram lá os lançamentos do mês, lançamentos do mês seguinte, do ano seguinte, e dá pra ir se programando e perceber se tem a ver com alguma marca, então ficar ligado que nesse mês aqui vai sair esse álbum e aí já programo lá a coisa toda e quando ele sai já está (EV2).

Um outro depoimento a Bonini e Gandini ilustra a forma como uma playlist é criada editorialmente em uma semana, para depois ser orientada pelos algoritmos na semana seguinte, de maneira que o círculo de influência se complete.

Eles (curadores) são muito importantes na primeira semana. Depois dela, os algoritmos entram em cena pra nos contar o que precisamos fazer. O Spotify é bem dependente da curadoria para a primeira semana e então os algoritmos tomam a liderança na semana dois. (Informante B, promotor digital de música)⁸⁷ (BONINI; GANDINI, 2019b, p. 6, tradução nossa).

As ações orientadas primeiramente por lógicas de marketing, depois pelos algoritmos e por último pelo senso estético do editor são predominantemente realizadas em torno da posição das faixas na playlist. Como critérios “engajamento, impressões, duração da escuta e taxas de *skip*”, segundo um editor do Google Play Music (BONINI; GANDINI, 2019b, p. 7). A posição pode ser alterada de acordo com as necessidades, com os comportamentos e prioridades do serviço ou das gravadoras. “A posição importa, completamente. Somos obcecados com isso”, declarou outro informante do Spotify (BONINI; GANDINI, 2019b, p. 7, tradução nossa). Nas entrevistas, a posição é realmente validada como grande parte do trabalho do curador, junto à pesquisa sobre artistas e lançamentos.

⁸⁷ Do original: They (curators, nda) are very important in week one. After week one the algorithms kick in to tell us what we need to do. Spotify is very dependent upon editorial for week one and then the algorithms take the lead in week two. (Informant B, digital music promoter).

Tipo assim, tem uma música que não estava tão lá em cima mas estava indo muito bem e tá tendo uma aceitação maneira, então essa aqui tem que ir um pouco mais pra cima porque ela está dando certo, então acho que ela vai impulsionar até a playlist se ficar naquela posição. Essa parte já é um pouco mais mecânica mesmo, já vem plastificada lá de cima e tal, não rola muito a curadoria que a gente costuma fazer pras outras playlists. De vez em quando a gente vai lá pra fazer manutenção da playlist. Aquelas que já estão há um bom tempo que não estão rendendo muito na playlist a gente vai lá e tira, sabe como é? E coloca outras e vê o que tá dando certo e vê se a playlist está num direcionamento maneira (EV2).

Sempre nessas playlists a música mais tocada é a primeira, mas então tem que saber a prioridade do marketing qual é. Qual é a música que agora é maior prioridade de todas entre o nacional e internacional? E aí então vou lá e posiciono ela na lista que ela cabe em primeiro. No dia seguinte ela precisava só de mais 2 mil *streams* e a lista levou isso pra ela. Vai muito de feeling da lista, mas também contando com as prioridades da gravadora. Eu fazia isso antes com a [gravadora] também. (...) Só que era mais difícil de fazer porque não era eu controlando tudo como gostaria. Não tinha acesso aos dados direito. E agora (...) eu acesso (EV3).

Isso é um *work in progress*. Varia muito de público pra público e desafia um pouco o que a gente acha que a gente sabe. A gente acha que entende bastante, e quando você vai ver os dados de resposta eles te surpreendem bastante. As 3 primeiras músicas são as mais importantes de uma playlist. Porque se você mantém uma pessoa 3 músicas ali, é mais difícil de ela sair. A gente tem uma perda muito grande de primeira pra segunda, de segunda pra terceira em termos de manter o usuário. Então o início das minhas playlists são realmente músicas que ou já são grandes ou já estão crescendo. Estão num movimento ascendente. Eu tento [a partir] da metade conseguir trabalhar um pouco mais de descoberta. Normalmente eu faço isso. Quando são gêneros um pouco mais abertos, MPB por exemplo, aí eu já consigo colocar uma música que eu acredito muito nela em segundo ou terceiro lugar, às vezes. E aí eu vejo a resposta e mudo um pouco essa ordem (EV1).

O que se verifica é que a filosofia de engenharia de uma estrutura de acesso individual sustenta uma superestrutura de curadoria que consegue ser alinhada em alguns dos pontos de filosofia da programação radiofônica. Entretanto, a força gravitacional da plataforma orienta todo o trabalho para a ênfase na dependência da análise de dados para a manutenção do ouvinte na plataforma. A curadoria contradiz a personalização, reforçando seus mesmos critérios. Essa ambiguidade está no centro das preocupações sobre a prescrição sobre a playlist. A efetividade do modelo de negócios do streaming parece depender da capacidade de aliar personalização e descoberta, ao mesmo tempo em que orienta o consumo para espaço, de certa forma restritivo dentro de um universo tão vasto de fonogramas.

Enquadrar a playlist como este conjunto de decisões e regramentos que estabelecem um formato permitiu perceber conceitualmente esse envolvimento, que a apresentação que disfarça a lógica algo-torial das playlists profissionalizadas não é apenas um esforço discursivo, mas o eco de uma lógica constituinte do formato. Uma característica que orienta a fusão de filosofias de programação e a produção prescritiva.

Essa avaliação não decreta a falta de brechas e possibilidades do streaming, muito menos ignora a atuação dos ouvintes, comportamentos desviantes de consumo e de divulgação musical por artistas e gravadoras. Também não se trata de uma condenação diante da recepção

dessa comunicação das plataformas, já que não é possível afirmar que há adesão às prescrições a partir do objeto aqui pesquisado. O que se afirma é que como formato, diferente do que se espera no senso comum sobre a ampliação da variedade, sua estrutura e embates discursivos evidenciam uma reconfiguração das mesmas práticas anteriores e um comportamento de tentativa e erro que remete àquele controverso mote facebookiano: *Move fast and break things* – seja rápido e quebre coisas (BLODGET, 2009; TAPLIN, 2018). Resta saber se a quebra permite a construção de algo melhor ou apenas a reconstituição da mesma estrutura com falhas maiores, mais difíceis de consertar e identificar.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Não é possível afirmar, com alto grau de certeza, se a maneira como se estrutura o formato playlist hoje continuará no futuro. Como configurada hoje, nem a própria produção musical pode se dizer assentada em uma base consistente. Há sinais de que o investimento por parte das plataformas de streaming na centralidade da playlist não tem tido a adesão em massa que se identificava em 2016 (MULLIGAN, 2019a). Mesmo o alcance de lucratividade de alguns destes serviços nos últimos anos não está sólido o suficiente para determiná-los como o centro da difusão-distribuição musical num futuro próximo (HOLLISTER, 2019). Ao mesmo tempo, parte destas empresas começa a alcançar 15 anos de existência, e há um grande potencial de público a ser alcançado conforme as estruturas de redes e tecnologias de aparelhos móveis continuarem a se expandir.

Neste contexto, como qualquer outro formato, a disputa por hegemonia, mesmo se vencida, não é garantia de estabilidade. A playlist é hoje um destes formatos em disputa, e suas regras e restrições físicas não estão ainda estáticas. Talvez nunca cheguem a ser, por sua intrínseca dependência da adaptação do código. Sua formatação está na intersecção entre formatos midiáticos como o do rádio e formatos técnicos digitais como o do MP3, abandonando tal distinção. As pressuposições sobre percepção musical, sonora e audição podem se transformar junto com público e determinar transformações em sua codificação.

Ao longo da exploração das perspectivas de prescrição, formato e diversidade, percebeu-se que os conceitos servem para enquadrar certos artefatos culturais e fenômenos em um tempo histórico. Tais definições são sempre contingentes. Assim, os conjuntos de regras e pressupostos imbuídos em um formato musical basearão sua credibilidade e capacidade de afeto ao corresponder às condições históricas em que se desenvolvem. Se há interesse econômico e se há alterações fundamentais na forma de construí-lo, é possível que o formato, mesmo que não se torne o dominante e talvez por essa mesma razão, continue relevante por muito tempo ou torne-se obsoleto rapidamente.

Com a história das prescrições fonográficas e midiáticas da música gravada pode-se identificar pontos centrais da forma como a música é selecionada para compor conjuntos de consumo, a partir de diferentes formas de uso atribuídas ao suporte técnico. Levantou-se uma definição de playlist específica, justamente baseando-se nas contingências históricas de cada uma das formas de prescrição. Essa definição enfatizou elementos formais de produção e consumo que somente a playlist possui em conjunto, mesmo que outras compartilhem de alguma delas. O sequenciamento arbitrário de faixas a serem ouvidas em grupo e baseado em

uma centralidade temática, como condição para sua formalização, a pronta disponibilidade da biblioteca sustentada por uma tecnologia específica, predominantemente digital, com condições de produção únicas e audição individual ou compartilhada como condições de consumo. Enquanto o rádio se prestava ao papel de difusor e educador musical de um grande grupo, atendendo a interesses de mercado e de cultura, os desenvolvedores de softwares de playlists pessoais construíaam os recursos para que o ouvinte pudesse organizar uma experiência pessoal.

O álbum foi construído como um aproveitamento de espaço físico ou como uma porta para obras que não se encaixavam no formato popular. Todavia, teve atribuído a si, ao longo do tempo, o valor de veículo de expressão artística em que suas condições técnicas compunham a forma de organizar as músicas – a disposição em lados, os sulcos de separação, o tempo disponível. Conforme essas restrições mudavam, de acordo com os diferentes suportes do cassete e do CD, a lógica de seleção se adaptava, mas mantinha o imaginário desenvolvido a partir do disco, de uma obra conjunta.

A mixtape tornou-se uma peça do imaginário musical por estar atrelada a um suporte específico. Seu desenvolvimento esteve ligado a práticas culturais alternativas, à busca por desformatar aquilo que era entregue pela indústria. No universo do hip-hop, isso foi das festas e das mixagens aos suportes para criação de novos artistas reconhecidos. No universo privado, a expressão afetiva criou uma gramática própria tão dependente do suporte e das condições de seleção – sua temporalidade e espacialidade próprias – que sua carga simbólica é hoje usada para adicionar dimensões afetivas a playlists construídas em uma lógica completamente diferente. E a construção do *setlist*, ancorada pela previsão de uma performance somente realizada efetivamente na presença do público, alterada e reconfigurada a depender da reação do público no momento.

Baseando-se nessas características distintivas, foram aprofundadas as maneiras como a playlist usada pelos serviços de streaming como formato de difusão-distribuição operavam as suas lógicas de prescrição. Primeiro, pela imposição de um pensamento computacional que organiza a seleção e oferta de músicas na forma do conhecimento imperativo, ou seja, a partir da descrição de procedimentos em sequência. Em segundo lugar, pela representação dos conhecimentos declarativos – das descrições dos objetos – na forma quantitativa pela perspectiva matemática. Assim, percebeu-se que o tipo de informação mais valorizado por este tipo de organização seriam avaliações numéricas atribuídas por usuários aos fonogramas ou a quantificação das vezes em que informações atribuídas poderiam surgir, as chamadas avaliações explícitas. Opostas a elas estariam um conhecimento de fundo baseado nas informações de registros de comportamento, o tempo dedicado a uma música ou playlist, as

interrupções de audição e os conteúdos da faixa por meio de metadados ou sinais de áudio. Sobre estas, a relação estabelecida com o usuário é inferida, por isso mesmo tratada como menos importante.

A ênfase nessas informações não é determinada apenas pela capacidade de representá-las em números para quantificá-las, mas porque essa quantificação é feita por meio de procedimentos que precisam necessariamente de números, já que são realizados por um computador. O conjunto de instruções passadas à máquina, os algoritmos em si, buscam estabelecer relacionamentos entre números de maneira a criar conjuntos e realizar classificações com base na identificação de padrões e semelhanças. A cada novo cálculo, é possível estabelecer se um certo número de avaliações foi dado por um tipo ou outro de usuário, ou para um tipo ou outro de fonograma. E para cada um destes conjuntos é possível calcular a probabilidade de que outro fonograma ainda não analisado poderá ou não compor este conjunto. Em suma, essa é a forma como opera a seleção e recomendação automáticas.

As saídas produzidas pelo computador são listas de músicas apropriadas à requisição realizada pelo usuário. Os critérios que determinam se o resultado é apropriado ou não são normalmente medidos por avaliações explícitas dos próprios usuários, de certa forma retroalimentando o sistema. As listas são apresentadas em comparação com outras listas, de diferentes origens, inclusive produzidas por humanos ou podem ser apenas usadas sozinhas sem comparação. Em ambos os casos, questionários aplicados perguntam aos pesquisados se as ofertas de música eram apropriadas, se eram novas e se a transição entre elas estava certa, se o sistema fez as ofertas certas, se era fácil de usar e se poderia ser usado no futuro. Por outro lado, o sistema pode ser avaliado sem o envolvimento do usuário, baseado em um índice de semelhança entre playlists consideradas adequadas e playlists produzidas pelo sistema. Uma avaliação, por si só, também matematizada.

A partir desse entendimento do processo de construção da playlist automática passou-se a analisar a forma como esse produto é julgado pelos próprios programadores, as ideias exibidas por eles sobre as razões de aplicação e os motivos de sucesso de certas estratégias de recomendação. Isso foi inferido da maneira como os estudos são defendidos ou justificados nas próprias publicações e como os procedimentos de avaliação eram interpretados. Conduziu-se a interpretação dessas inferências na identificação de um ouvinte imaginado – quem é este usuário que usa e avalia fonogramas e playlists? – e de uma filosofia de programação – que papel o programador e o sistema desempenham na experiência musical deste usuário?

Em primeiro lugar, a experiência é construída para um indivíduo de gostos particulares e em situações específicas. O ouvinte deseja a satisfação da necessidade individual, na maioria

dos casos suprida por músicas novas, transparência e facilidade de ajuste e unidade temática. É curioso notar, porém, que essa personalização e novidade só são possíveis para os sistemas a partir da comparação e agrupamento do usuário com outros grupos. Ou seja, esta individualidade é sustentada pelo agregador social. Essa contradição se dá justamente porque a filosofia de programação dos sistemas de recomendação não se enquadra diretamente em nenhuma abordagem radiofônica. São mais próximos os espectros comuns de pesquisa, em que o programador se baseia em dados sobre público e fonograma em vez de julgamentos estéticos; e do ouvinte substituto, em que se tenta imaginar o desejo do ouvinte. Entretanto, há exacerbação dessas duas posições no sentido de que, no primeiro caso, os dados são retirados de inferências e abstrações de vários outros dados pormenorizados, e não de avaliações subjetivas e da vida prática; e, no segundo, não há a tentativa de se colocar no lugar do ouvinte, mas de refleti-lo. O papel da recomendação é de replicar o comportamento do usuário e não de tentar corresponder a ele. Assim, faz todo o sentido que os procedimentos de seleção não sejam baseados nos julgamentos comuns do próprio ouvinte, mas tentem chegar ao mesmo resultado.

Após a emergência destas duas ideias fundamentais da prescrição automatizada, observou-se que a playlist aparece centralmente nas ofertas das páginas iniciais da Deezer, do Spotify e do Apple Music, mas que há pouca informação sobre o papel da automação na construção da maioria das playlists temáticas. Assim, conduziu a uma última reflexão que foi corroborada pelas entrevistas com editores musicais e outros estudos sobre curadoria. Esse último esforço completa a verificação das premissas e a resposta ao problema levantado pela pesquisa.

A maneira como o formato da playlist busca ocupar o lócus de difusão e distribuição musical nestas plataformas é pelo apagamento das fronteiras entre o que é humano e o que é automático, pela criação de um formato algo-torial. Ambos estão lá e são divulgados distintamente quando necessário, para valorizar o toque humano ou para favorecer a personalização e eficiência, mas pouco se visualiza sobre sua inter-relação. Os entrevistados se posicionam como especialistas de música que educam ou oferecem músicas para cada necessidade. Como os sistemas, eles avaliam seu trabalho com base na manutenção da pessoa na playlist. É importante perceber a contradição: os sistemas automáticos valorizam as avaliações explícitas dos usuários como forma de julgar sua qualidade e de construir suas ofertas propriamente ditas, mas diante da dificuldade em obter esse tipo de informação dependem muitas vezes das implícitas. Os editores, por sua vez, citam predominantemente avaliações implícitas somadas ao julgamento do próprio gosto – uma filosofia de programação que pode ser enquadrada no campo dos representantes da indústria e da ênfase na pesquisa. Ou

seja, há contradições internas que influenciam um ao outro. Os sistemas supostamente frios e objetivos tomam como valor opiniões muitas vezes descontextualizadas de usuários – com todas as dificuldades de inferência que este tipo de pesquisa implica –, enquanto os editores, supostamente humanizados e subjetivos, avaliam os resultados em métricas quantitativas de uso.

Em vez de uma abordagem complementar a outra, em posições distintas, há o risco de que essas avaliações mistas permitam um maior fechamento do cardápio musical dentro das plataformas. A diversidade musical não aparece como objetivo central em nenhuma das filosofias, não por uma posição de promoção desta diversidade. A noção de descoberta é sim a principal preocupação em ambos, mas está muito mais ligada a uma variabilidade dentro das playlists individuais e personalizadas do que com um compromisso de construção coletiva.

A lógica econômica e comercial também não escapa nessa mistura algorítmica-editorial. As abordagens procedimentais são carregadas de uma ideologia econômica da oferta para o consumo a partir da comercialização, uma satisfação do comprador/usuário, apesar de construídas sobre a abstração matemática e da busca por eficiência técnica. Pensamentos refletidos no papel editorial. As categorias de gosto ou adequação às situações exigidas pelo ouvinte não estão baseadas em uma estética ou difusão cultural. A busca pelo suprimento de descoberta ou serendipidade não se justifica pela ampla possibilidade de alargar a pluralidade da fruição musical diversa, mas pela satisfação do que se toma como desejo dos consumidores.

A perspectiva crítica, adorniana, da indústria cultural se faz útil aqui tanto para se compreender seus limites quanto para se aplicarem suas contribuições. A racionalização das formas de recomendação musical digital observada nestes modelos se inscreve na busca da construção da mercadoria ideal (ADORNO; HORKHEIMER, 1985), neste contexto, uma experiência de consumo musical promovida pelos serviços digitais. Assim, todas as possibilidades de acesso sustentadas pelas grandes plataformas de streaming serão padronizadas por alguma abordagem automática de oferta de músicas em sequência. Todas elas com um mesmo formato técnico, delimitado pela infraestrutura, pelos modelos semelhantes e pelas práticas comuns, e sociais, articulada pela cultura de programação do universo da computação que discute, desenvolve e legitima tais modelos para si. Somam-se a isso as lógicas de divulgação publicitárias pouco transparentes das plataformas em que o poder econômico poderia influenciar a inserção e reprodução musical tanto nos critérios algorítmicos – que mostraram-se dependentes das decisões de seus programadores – quanto na maneira como o editorial e o automático se influenciam, como demonstrado de maneira opaca.

Diferente da crítica frankfurtiana, porém, não se busca afirmar que a audição musical contemporânea é delimitada somente por estes modelos, que nada escape à linha de montagem algorítmica da playlist das plataformas. É justamente essas brechas, as decepções e os desvios de conduta dos ouvintes, que surpreendem os padrões de audição categorizados pela máquina, que estabelecem categorizações próprias de gênero e popularidade e comportam-se de maneira não discreta que obrigam a constante reavaliação dos modelos estabelecidos e escancaram o jogo de tentativa e erro dos sistemas de recomendação. Além disso, atores da indústria musical podem se aproveitar dessas brechas buscando formas de ampliar execuções registradas mesmo sem que alguém ouça efetivamente as músicas. Por essa razão é que se enquadra a playlist como formato. Ele não é o único modelo, mas o que compete pela principal atenção, o que busca se sedimentar como prática hegemônica e não singular.

Como outros, a playlist é um formato não exclusivo. O rádio musical não foi o único meio pelo qual foi possível ouvir música. Nenhuma tecnologia de registro, difusão e distribuição musical foi exclusiva, pois a música não é limitada a seu suporte técnico. Ela circula de outras formas em manifestações ao vivo, em trocas urbanas e práticas alternativas - como a mixtape. Entretanto, cada um dos diferentes formatos controlados pela indústria foi, em determinado momento, o condicionante de um tipo de audição hegemônico. Cada um destes formatos prescreveu músicas a certo público, pelas regras de produção que determinou, pelas condições de audição que exigiu e pela estrutura de produção que conduziu. E serviu à construção de um modelo de negócios. A diferença fundamental da playlist está no paradoxo de sua afirmação e na conseqüente, e constante, soma de acertos e falhas. É ao mesmo tempo personalizada e universal, inovadora e baseada em convenções, plural e homogênea, cognitivamente não exigente e não-transparente.

É importante destacar que o aspecto crítico da análise e dos pontos chave aqui defendidos não devem ser encarados como mera repulsa da organização automática ou da organização da difusão e distribuição musical em torno da playlist. Nem da negação, repete-se das práticas de usuários como atores do processo comunicacional. Como buscou-se demonstrar, a ampliação da capacidade de acesso a uma imensidão de fonogramas e sua constante reprodução exigem que se procurem formas de organização para dar conta do paradoxo da escolha que se apresenta à produção cultural e midiática contemporânea. Ao vislumbrar os valores, critérios e formas de articular a recomendação e enxergar seus limites, busca-se justamente fornecer subsídios para uma reflexão acerca dos problemas enfrentados por eles mesmos. Reflexão esta que pode suscitar novas resoluções para estes problemas.

Por fim, ressalta-se que a pesquisa tem pelo menos três claros limites. Primeiramente, a falta de acesso ao conhecimento tácito, prático dos profissionais de programação e suas narrativas, que permitiriam uma visão para além dos jargões publicados, com julgamentos de valor, informalidades e disputas entre abordagens. Em segundo lugar, a falta de análises sólidas das saídas dos sistemas, as próprias playlists produzidas por ele, na busca por padrões de construção que corroborem ou não os critérios defendidos pelos programadores como primordiais para a resolução do problema da recomendação automática. Tais análises combinariam elementos etnográficos, caros aos estudos da cultura e comunicação, a metodologias de recuperação da informação musical e outros métodos de humanidades digitais que refletem os próprios modelos usados pelos sistemas de recomendação. Por último, a incursão sobre os comportamentos de audição de playlists automáticas por parte de usuários, suas percepções e avaliações e a recombinações possivelmente realizadas por eles que refletiriam o circuito cultural da playlist de maneira mais completa.

Apesar disso, considera-se que compreender a playlist como um formato e constituir esta base teórica fornece uma plataforma sobre a qual podem ser desenvolvidas essas análises, além de permitir discussões mais amplas sobre o processo prescritivo em outros âmbitos das indústrias de mídia e cultura, tanto na comunicação digital como nos veículos tradicionais.

REFERÊNCIAS

- ACM. *About the acm organization*. 2020. Disponível em: <https://www.acm.org/about-acm/about-the-acm-orgamunization>. Acesso em: 03 mar. 2020.
- ADORNO, T. W.; HORKHEIMER, M. *Dialética do esclarecimento: fragmentos filosóficos*. J. Zahar, 1985.
- AEGIDIUS, A. L. Music Radio as a Format Remediated for Stream-Based Music Use. In: MICHELSEN, M. et al. (Orgs.). *Music Radio: Building Communities, Mediating Genres*. New York: Bloomsbury Academic, 2018.
- AHLKVIST, J. A. Programming philosophies and the rationalization of music radio. *Media, Culture & Society*, v. 23, n. 3, p. 339-358, 2001.
- AHLKVIST, J. A.; FAULKNER, R. “Will This Record Work for Us?”: Managing Music Formats in Commercial Radio. *Qualitative Sociology*, v. 25, n. 2, p. 189-215, 1995.
- AHLKVIST, J. A.; FISHER, G. And the hits just keep on coming: Music programming standardization in commercial radio. *Poetics*, v. 27, n. 5-6, p. 301-325, 2000. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1080/03007767808591117>.
- ALBORNOZ, L. A. Comunicação plural, diversidade cultural. In: DANTAS, M.; KISCHINHEVSKY, M. (Orgs.). *Políticas públicas e pluralidade na comunicação e na cultura*. Rio de Janeiro: Epapers, 2014.
- ALZUGUIR, R. *Parabéns para você*. Rio de Janeiro: Blog IMS, 2013a. Disponível em: <https://blogdoims.com.br/parabens-para-voce-por-rodri-go-alzuguir/>. Acesso em: 17 abr. 2020.
- ALZUGUIR, R. *Wilson Baptista: o samba foi sua glória!* RIO de Janeiro: Casa da Palavra, 2013b.
- ANDERSON, C. *The long tail: why the future of business is selling less of more*. 1st ed. New York: Hyperion, 2006.
- ANGLADE, A.; TIEMANN, M. Complex-network theoretic clustering for identifying groups of similar listeners in p2p systems. In: ACM Press, 2007. p. 41-48. Disponível em: <http://dl.acm.org/citation.cfm?id=1297239>.
- APPERLEY, T. H.; JAYEMANE, D. Game Studies’ Material Turn. *Westminster Papers in Communication and Culture*, v. 9, n. 1, 2012.
- APPLE. *Apple music*. 2020. Disponível em: <https://www.apple.com/lae/apple-music/>. Acesso em: 02 mar, 2020.
- APPLE. *Itunes store top music retailer in the us*. 2008. Disponível em: <https://www.apple.com/newsroom/2008/04/03iTunes-Store-Top-Music-Retailer-in-the-US/>. Acesso em: 27 fev. 2020.

ARALDI, J. *Formação E Prática Musical De Djs: Um estudo multicaso em Porto Alegre*. 2004. Dissertação (Mestrado em Música) - Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), Porto Alegre, 2004.

Associação Brasileira de Produtores Fonográficos (Brasil). *Mercado fonográfico mundial e brasileiro em 2018*. São Paulo: 2019. Disponível em: <https://pro-musicabr.org.br/wp-content/uploads/2019/04/release-brasil-GMR2019-e-mercado-brasileiro-2018.pdf>. Acesso em: 07 mar. 2020

Associação Brasileira de Produtores Fonográficos (Brasil). *Publicação Anual do Mercado Fonográfico ABPD 2003*. São Paulo: 2004. Disponível em: http://abpd.org.br/wp-content/uploads/2015/01/Mercado_Brasileiro_de_Musica_2003.pdf. Acesso em: 18 ago. 2018

AUSLANDER, P. *Liveness: Performance in a mediatized culture*. 2ª ed. London: Routledge, 2008.

BACCIGALUPO, C.; PLAZA, E. Case-based sequential ordering of songs for playlist recommendation. *Advances In Case-Based Reasoning, Proceedings*, v. 4106, p. 286-300, 2006.

BALL, J. A. *I mix what I like!:* a mixtape manifesto. Oakland: AK Press, 2011. *E-book*.

BALL, J. A. *The Mixtape: a case study in emancipatory journalism*. 2005. 207 f. Dissertação (Doutorado em Jornalismo e Estudos de Mídia) - University of Maryland, 2005.

BARRINGTON, L.; ODA, R.; LANCKRIET, G. R. G. Smarter than Genius? Human Evaluation of Music Recommender Systems. In: ISMIR 9, Citeseer, 2009. p. 357-362. Disponível em:

<http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.205.9547&rep=rep1&type=pdf>.

BAXTER-MOORE, N. “The Ties That Bind”: Springsteen Fans Reflect on the Live Concert Experience. *Rock Music Studies*, v. 3, n. 1, p. 80-104, 2016. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1080/19401159.2015.1129831>.

BAYM, N. K. Rethinking the Music Industry. *Popular Communication*, v. 8, n. 3, p. 177-180, ago. 2010. Disponível em: <https://www.tandfonline.com/doi/pdf/10.1080/15405702.2010.493419?needAccess=true>. Acesso em: 02 ago. 2018.

BEATLES. Sgt. Pepper’s Lonely Hearts Club Band. London: Parlophone, 1967. Streaming. 39min42s. Disponível em: <https://music.apple.com/br/album/sgt-peppers-lonely-hearts-club-band/1441164604>. Acesso em: 01 mar. 2020.

BERLAND, J. Radio space and industrial time: music formats, local narratives and technological mediation. *Popular Music*, v. 9, n. 02, p. 179, 1990.

BHATTACHARJEE, S. et al. To theme or not to theme: Can theme strength be the music industry’s “killer app”? *Decision Support Systems*, v. 48, n. 1, p. 141-149, 2009.

BLODGET, H. *Mark Zuckerberg On Innovation*. Business Insider, 2009. Disponível em: <https://www.businessinsider.com/mark-zuckerberg-innovation-2009-10?r=US&IR=T>. Acesso em: 29 fev. 2020.

- BOLTER, J. D.; GRUSIN, R. A. *Remediation: understanding new media*. Cambridge, Mass: MIT Press, 1999.
- BONINI, T.; GANDINI, A. “First Week Is Editorial, Second Week Is Algorithmic”: Platform Gatekeepers and the Platformization of Music Curation. *Social Media + Society*, v. 5, n. 4, 2019a.
- BONINI, T.; GANDINI, A. The field as a black box: ethnographic research in the age of platforms. 2019b. Sob Revisão.
- BONNIN, G.; JANNACH, D. Automated Generation of Music Playlists: Survey and Experiments. *ACM Computing Surveys*, v. 47, n. 2, p. 1-35, 2014.
- BORN, G. Understanding music as culture: contributions from popular music studies to a social semiotics of music. In: POZZI, R. (Org.). *Tendenze e Metodi nella Ricerca Musicologica*. Firenze: Olschki, 1995.
- BOSTANDJIEV, S.; O’DONOVAN, J.; HÖLLERER, T. TasteWeights: a visual interactive hybrid recommender system. In: *the sixth ACM conference*. ACM Press, 2012. p. 35. Disponível em: <http://dl.acm.org/citation.cfm?doid=2365952.2365964>. Acesso em: 15 out. 2018
- BOURDIEU, P. *A distinção: crítica social do julgamento*. São Paulo: EDUSP, 2006.
- BOURDIEU, P. *A Economia das Trocas Linguísticas: O que falar quer dizer*. 2 ed, 1 reimpr. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2008.
- BOURDIEU, P. *O poder simbólico*. Rio de Janeiro: Bertrand, 1989.
- BRAUNHOFER, M.; KAMINSKAS, M.; RICCI, F. Recommending music for places of interest in a mobile travel guide. In: *the fifth ACM conference*. ACM Press, 2011. p. 253. Disponível em: <http://dl.acm.org/citation.cfm?doid=2043932.2043977>. Acesso em: 15 out. 2018
- BREWSTER, B.; BROUGHTON, F. *Last Night A Dj Saved My Life: the History Of The Disc Jockey*. 3a Ed. New York: Grove Press, 2014. *E-book*.
- BUGAYCHENKO, D.; DZUBA, A. Musical recommendations and personalization in a social network. In: *the 7th ACM conference*. ACM Press, 2013. p. 367-370. Disponível em: <http://dl.acm.org/citation.cfm?doid=2507157.2507192>. Acesso em: 15 out. 2018
- BURKE, R. Hybrid Recommender Systems: Survey and Experiments. *User Modeling and User-Adapted Interaction*, v. 12, n. 4, p. 331-370, 2002.
- CAETANO, M. A. Spotify e os piratas: em busca de uma “jukebox celestial” para a diversidade cultural. *Revista Crítica de Ciências Sociais*, v. 109, p. 229-250, 2016. Disponível em: <http://rccs.revues.org/6311>. Acesso em: 10 out. 2019.
- CASTRO, E. V. Ambos os três: sobre algumas distinções tipológicas e seu significado estrutural na teoria do parentesco. In: (Org.). *Anuário Antropológico 95*. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1996.

- CEBRIÁN, T. et al. Music recommendations with temporal context awareness. In: *the fourth ACM conference*. ACM Press, 2010. p. 349. Disponível em: <http://portal.acm.org/citation.cfm?doid=1864708.1864786>. Acesso em: 15 out. 2018
- CELMA, O. *Music Recommendation and Discovery: The Long Tail, Long Fail, and Long Play in the Digital Music Space*. Aufl. 2010. Berlin: Springer Berlin, 2014.
- CELMA, O. The Exploit-Explore Dilemma in Music Recommendation. In: *the 10th ACM Conference*. ACM Press, 2016. p. 377. Disponível em: <http://dl.acm.org/citation.cfm?doid=2959100.2959122>. Acesso em: 15 out. 2018
- CELMA, O.; LAMERE, P. Music recommendation and discovery revisited. In: *the fifth ACM conference*. ACM Press, 2011. p. 7. Disponível em: <http://dl.acm.org/citation.cfm?doid=2043932.2043936>. Acesso em: 15 out. 2018
- CHAMBERLAIN, A.; CRABTREE, A. Searching for music: understanding the discovery, acquisition, processing and organization of music in a domestic setting for design. *Personal and Ubiquitous Computing*, v. 20, n. 4, p. 559-571, 2016. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1007/s00779-016-0911-2>. Acesso em: 10 jul. 2016.
- CHIANCA, P. Springsteen's stage success: the setlist and beyond. In: WOLFF, W. I. (Org.). *Bruce Springsteen and Popular Music*. New York: Routledge, 2017.
- CHIARIGLIONE, L.; MAGAUDDA, P. Formatting Culture: The MPEG group and the technoscientific innovation by digital formats. *TECNOSCIENZA - Italian Journal of Science & Technology Studies*, v. 3, n. 2, p. 125-146, mar. 2018. Disponível em: <http://www.tecnoscienza.net/index.php/tsj/article/view/116>. Acesso em: 15 mar. 2018.
- CHOU, S.-Y. et al. Addressing Cold Start for Next-song Recommendation. In: *the 10th ACM Conference*. ACM Press, 2016. p. 115-118. Disponível em: <http://dl.acm.org/citation.cfm?doid=2959100.2959156>. Acesso em: 15 out. 2018
- CHRISTIANEN, M. *Cycles in symbol production: a new model to explain concentration, diversity and innovation in the music industry*. 1995.
- COATES, N. The age of discovery. *Popular Communication*, v. 14, n. 3, p. 192-193, 2016. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1080/15405702.2016.1196363>. Acesso em: 29 dez. 2018.
- CRAMPES, M. et al. Concept Maps for Designing Adaptive Knowledge Maps. *Information Visualization*, v. 5, n. 3, p. 211-224, 2006.
- CRAWFOOT, D. J. *The Role of the Album in Popular Music Production*. 2018. 202 f. Dissertação (Mestrado Creative Industries) - Creative Industries Faculty, Brisbane, 2018.
- CRISELL, A. *Understanding Radio*. 2a ed. London: Routledge, 1994.
- CUNNINGHAM, S. J.; BAINBRIDGE, D.; MCKAY, D. Finding new music: a diary study of everyday encounter with novel songs. 2007. Disponível em: <https://researchcommons.waikato.ac.nz/bitstream/handle/10289/1766/Finding?sequence=1>. Acesso em: 23 out. 2018.

CUNNINGHAM, S. J.; JONES, M.; JONES, S. Organizing digital music for use: an examination of personal music collections. In: 2004, Audiovisual Institute Pompeu Fabra University, Barcelona. *Proc Fifth International Conference on Music Information Retrieval*. ISMIR, 2004. p. 447-454. Disponível em: <https://hdl.handle.net/10289/66>. Acesso em: 26 dez. 2019

DE MARCHI, L. A Angústia do Formato: uma História dos Formatos Fonográficos. *E-Compós*, v. 2, abr. 2005.

DE MARCHI, L. *A destruição criadora da indústria fonográfica brasileira, 1999-2009: dos discos físicos ao comércio digital de música*. Rio de Janeiro: Folio Digital: letra e imagem, 2016.

DEEZER. *Company*. 2020a. Disponível em: <https://www.deezer.com/en/company>. Acesso em: 02 mar. 2020.

DEEZER. *Deezer - streaming de música I experimente o flow*. 2019. Disponível em: <https://www.deezer.com/br>. Acesso em: 30 jan. 2019.

DEEZER. *Deezer - streaming de música I experimente o flow*. 2020b. Disponível em: <https://www.deezer.com/br>. Acesso em: 27 fev. 2020.

DEEZER. *Música - suporte deezer*. 2020c. Disponível em: <https://www.deezer.com/br>. Acesso em: 27 fev. 2020.

DELEON, N. *Tim cook says this one feature is apple music's secret sauce*. 2015. Disponível em: https://www.vice.com/en_us/article/kb7epz/tim-cook-says-this-one-feature-is-apple-musics-secret-sauce. Acesso em: 27 fev. 2020.

DENISOFF, R. S. The evolution of pop music broadcasting: 1920–1972. *Popular Music and Society*, v. 2, n. 3, p. 202-226, 1973. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1080/03007767308591013>. Acesso em: 26 out. 2019.

DIAS, M. T. Quando o todo era mais do que a soma das partes: álbuns, singles e os rumos da música gravada. *Revista Observatório Itaú Cultural*, v. 13, p. 63-74, 2012.

DIAS, M. T. Rede Globo e indústria fonográfica: um negócio de sucesso. In: BRITTOS, V.; BOLAÑO, C. (Orgs.). *Rede Globo: 40 anos de hegemonia e poder*. São Paulo: Paulus, 2005.

DIAS, R.; GONÇALVES, D.; FONSECA, M. J. From manual to assisted playlist creation: a survey. *Multimedia Tools and Applications*, v. 76, n. 12, p. 14375-14403, 2016. Disponível em: <https://link.springer.com/article/10.1007/s11042-016-3836-x>. Acesso em: 05 jun. 2017.

DONALDSON, J. A hybrid social-acoustic recommendation system for popular music. In: *Proceedings of the 2007 ACM conference*. ACM Press, 2007. p. 187. Disponível em: <https://dl.acm.org/citation.cfm?id=1297271>.

DREDGE, S. *How many users do Spotify, Apple Music and other big music streaming services have?* MusicAlly, 19 fev. 2020. Disponível em: <https://musically.com/2020/02/19/spotify-apple-how-many-users-big-music-streaming-services/>. Acesso em: 07 mar. 2020.

DU GAY, P. et al. *Doing cultural studies: the story of the Sony Walkman*. 2a ed. Los Angeles: Sage, 2013.

ECO, U. *A vertigem das listas*. Rio de Janeiro: Record, 2010.

ECO, U. *Apocalípticos e integrados*. 7ª ed. São Paulo: Perspectiva, 2011.

EDISON RESEARCH. *The infinite dial 2019*. 06 mar. 2019. Disponível em: <https://www.edisonresearch.com/infinite-dial-2019/>. Acesso em: 02 mar. 2020.

ENOCH, J. Internet music service spots gap in the market for next generation of mixtapes. *The Times*, 27 abr. 2010. Disponível em: <https://www.thetimes.co.uk/article/internet-music-service-spots-gap-in-the-market-for-next-generation-of-mixtapes-zw630w783nh>. Acesso em: 27 dez. 2019

ENTREVISTADO 01. *Entrevista 01*. [dez. 2016]. Entrevistador: SANTOS, G. L. F. Rio de Janeiro, 2016. 1 arquivo.mp3 (67 min.).

ENTREVISTADO 02. *Entrevista 02*. [out. 2017]. Entrevistador: SANTOS, G. L. F. Rio de Janeiro, 2017. 1 arquivo.wav (46 min.).

ENTREVISTADO 03. *Entrevista 03*. [set. 2017]. Entrevistador: SANTOS, G. L. F. Rio de Janeiro, 2017. 1 arquivo.mp3 (30 min.).

ERIKSSON, M. et al. *Spotify teardown: inside the black box of streaming music*. Cambridge: MIT Press, 2019.

FENBY-HULSE, K. Rethinking the Digital Playlist: Mixtapes, Nostalgia and Emotionally Durable Design. In: NOWAK, R.; WHELAN, A. (Orgs.). *Networked music cultures: contemporary approaches, emerging issues*. London: Palgrave Macmillan, 2016.

FERRARETTO, L. A. *Rádio: o veículo, a história e a técnica*. Porto Alegre: Editora Sagra Luzzatto, 2001.

FERRARETTO, L. A. *Rádio: Teoria e prática*. São Paulo: Summus Editorial, 2014.

FERRARETTO, L. A.; KISCHINHEVSKY, M. Rádio e convergência: uma abordagem pela economia política da comunicação. *Revista FAMECOS*, v. 17, n. 3, 2011.

FERREIRA, R. Los prescriptores ganan terreno en internet. *Expansión*, Madrid, 24 out. 2003.

FIELDS, B. *Contextualize Your Listening: The Playlist as Recommendation Engine*. 2011. 164 f. Tese (Doutorado em Computação) - Department of Computation, Goldsmiths, University of London, London, 2011.

FORNATALE, P.; MILLS, J. E. *Radio in the television age*. Woodstock: Overlook Press, 1980.

FOX, A. A. The jukebox of history: narratives of loss and desire in the discourse of country music. *Popular Music*, v. 11, n. 01, p. 53, 1992.

FRANÇA, L. C. M. Vigilância e políticas de privacidade na sociedade pós-cookie: O caso do The Guardian. *Revista ECO-Pós*, v. 18, n. 2, p. 95-105, 2015. Disponível em: https://uakari.org.br/eco_pos/article/download/2229/2232. Acesso em: 14 mar. 2020.

FRANKE, N. *Soundapp home page*. 2000. Disponível em: <http://www-cs-students.stanford.edu/~franke/SoundApp/>. Acesso em: 26 dez. 2019.

FRAUNHOFER ISS. *Winplay3 - windows real-time iso/mpeg audio layer 3 player*. Erlangen: 1997. Disponível em: <https://web.archive.org/web/19970606171426/http://www.iis.fhg.de/departs/amm/layer3/winplay3/>. Acesso em: 26 dez. 2019. *Internet Archive*.

FRITH, S. et al. *The History of Live Music in Britain, Volume I: 1950-1967*. London: Routledge, 2013.

FRITH, S. *Performing Rites: On the Value of Popular Music*. Oxford: Oxford University Press, 1998.

FRITH, S. *Sound effects: Youth, Leisure and the politics of Rock 'n' Roll*. New York: Pantheon Books, 1982.

FRITH, S. *The sociology of rock*. London: Constable, 1978.

FULLER, Z. *The Playlist Revolution: Streaming's Battleground*. MIDiA Research, 8 out. 2019. Disponível em: <https://www.midiaresearch.com/downloads/the-playlist-revolution-streamings-battleground/>. Acesso em: 02 mar. 2020.

GALLEGO PÉREZ, J. I. Novas formas de prescrição musical. In: HERSCHMANN, M. (Org.). *Nas bordas e fora do mainstream musical: novas tendências da música independente no século XXI*. Rio de Janeiro: Estação das Letras e Cores, 2011.

GALLEGO PÉREZ, J. I. User-Generated Playlists: Radio Music Programming in the Age of Peer-to-Peer Production, Distribution and Consumption. In: BONINI, T.; MONCLÚS, B. (Orgs.). *Radio Audiences and Participation in the Age of Network Society*. New York: Routledge, 2015.

GAMBARO, D. Curadoria Smart: reflexão sobre o papel do rádio na relação com a indústria musical. In: *XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação*. São Paulo: Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2016.

GAMBARO, D.; VICENTE, E.; RAMOS, T. S. A Divulgação Musical no Rádio Brasileiro: da “caitituagem” aos desafios da concorrência digital. *Contracampo*, Niterói, v. 37, n. 2, p. 132-151, ago. 2018/nov. 2018.

GARCÍA CANCLINI, N. *Culturas Híbridas: Estratégias para Entrar e Sair da Modernidade*. 4a. ed. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2011.

GILLESPIE, T. The politics of ‘platforms’. *New Media & Society*, v. 12, n. 3, p. 347-364, 2010. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1177/1461444809342738>. Acesso em: 25 fev. 2020.

GLANTZ, M. Internet Radio Adopts a Human Touch: A Study of 12 Streaming Music Services. *Journal of Radio & Audio Media*, v. 23, n. 1, p. 36-49, 2016.

GLEASON, D. *American radio history*. 2019. Disponível em: <https://www.americanradiohistory.com/index.htm>. Acesso em: 27 dez. 2019.

GOLDBERG, D. et al. Using collaborative filtering to weave an information tapestry. *Communications of the ACM*, v. 35, n. 12, p. 61-70, 1992.

GOOD, A. Prescription, Preference and Practice: Marriage Patterns Among the Kondaiyankottai Maravar of South India. *Man*, v. 16, n. 1, p. 108-129, 1981. Disponível em: <http://www.jstor.org/stable/2801978>. Acesso em: 18 mar. 2018.

GOTO, M.; GOTO, T. Musicream: Integrated Music-Listening Interface for Active, Flexible, and Unexpected Encounters with Musical Pieces. *Journal of Information Processing*, v. 17, p. 292-305, 2009.

GREEN, S. J. et al. Generating transparent, steerable recommendations from textual descriptions of items. In: ACM Press, 2009. p. 281. Disponível em: <http://portal.acm.org/citation.cfm?doid=1639714.1639768>.

GUSMÃO, J. L. D.; MION JÚNIOR, D. Adesão ao tratamento – conceitos. *Rev Bras Hipertens*, v. 13, n. 1, p. 23-25, 2006.

GUTIÉRREZ GARCÍA, M.; RIBES GUÀRDIA, F. X.; MONCLÚS, B. La audiencia juvenil y el acceso a la radio musical de antena convencional a través de internet. *Comunicación y sociedad = Communication & Society*, v. 24, n. 2, p. 305-331, 2011.

GUTTAG, J. *Introduction to computation and programming using Python: with application to understanding data*. 2ª ed. Cambridge, Massachusetts: The MIT Press, 2016.

HAGEN, A. N. The Playlist Experience: Personal Playlists in Music Streaming Services. *Popular Music and Society*, v. 38, n. 5, p. 625-645, 2015.

HALL, S. A centralidade da cultura: notas sobre as revoluções culturais do nosso tempo. *Educação & realidade*, v. 22, n. 2, 1997. Disponível em: <https://www.seer.ufrgs.br/educacaoerealidade/article/download/71361/40514>. Acesso em: 05 out. 2019.

HAMPTON-SOSA, W. The impact of creativity and community facilitation on music streaming adoption and digital piracy. *Computers in Human Behavior*, v. 69, p. 444-453, 2017.

HARIRI, N.; MOBASHER, B.; BURKE, R. Context-aware music recommendation based on latent topic sequential patterns. In: *the sixth ACM conference*. ACM Press, 2012. p. 131. Disponível em: <http://dl.acm.org/citation.cfm?doid=2365952.2365979>. Acesso em: 15 out. 2018

HARVEY, M. The rise of the LP: the politics of diffusion innovation in the recording industry. *Business History*, v. 58, n. 7, p. 1095-1117, 2016. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1080/00076791.2016.1156673>.

HERSCHMANN, M. *Nas bordas e fora do mainstream musical: Novas tendências da música independente no início do século XXI*. São Paulo: Estação das Letras e Cores Editora, 2011.

HESBACHER, P. Sound exposure in radio: The misleading nature of the station playlist. *Popular Music and Society*, v. 3, p. 189-202, 1974/01/01 1974. Disponível em: <https://doi.org/10.1080/03007767408591049>. Acesso em: 01 jul. 2019.

HOLLISTER, S. *Spotify, the leading music streaming app, is finally profitable*. The Verge, 2019. Disponível em: <https://www.theverge.com/2019/2/6/18214331/spotify-earnings-financial-announcement-profits-music-streaming-podcast>. Acesso em: 03 mar. 2020.

HORNBY, N. *High fidelity*. London: Penguin Group UK, 2000.

International Federation of the Phonographic Industry (United Kingdom). *Global Music Report 2019: Annual State of the industry*. London: 2019. Disponível em: <https://www.ifpi.org/news/IFPI-GLOBAL-MUSIC-REPORT-2019>. Acesso em: 07 mar. 2020

INTERNET ARCHIVE. *Internet archive*. 2019. Disponível em: <https://archive.org>. Acesso em: 27 dez. 2019.

JACOBSON, K. et al. Music Personalization at Spotify. *Proceedings of the 10th ACM Conference on Recommender Systems - RecSys '16*, Boston, Massachusetts, USA, p. 373-373, 2016. Disponível em: <http://delivery.acm.org/10.1145/2960000/2959120/p373-jacobson.pdf>. Acesso em: 20 jan. 2018.

JANNACH, D.; LERCHE, L.; KAMEHKGHOSH, I. Beyond “Hitting the Hits”: Generating Coherent Music Playlist Continuations with the Right Tracks. In: *the 9th ACM Conference*. ACM Press, 2015. p. 187-194. Disponível em: <http://dl.acm.org/citation.cfm?doid=2792838.2800182>. Acesso em: 15 out. 2018

JAWAHEER, G.; SZOMSZOR, M.; KOSTKOVA, P. Characterisation of explicit feedback in an online music recommendation service. In: *the fourth ACM conference*. ACM Press, 2010. p. 317. Disponível em: <http://portal.acm.org/citation.cfm?doid=1864708.1864776>. Acesso em: 15 out. 2018

JIN, Y.; TINTAREV, N.; VERBERT, K. Effects of personal characteristics on music recommender systems with different levels of controllability. In: *the 12th ACM Conference*. ACM Press, 2018. p. 13-21. Disponível em: <http://dl.acm.org/citation.cfm?doid=3240323.3240358>. Acesso em: 15 out. 2018

KAMINSKAS, M. Matching information content with music. In: ACM Press, 2009. p. 405-408. Disponível em: <http://dl.acm.org/citation.cfm?id=1639800>.

KAMINSKAS, M.; RICCI, F.; SCHEDL, M. Location-aware music recommendation using auto-tagging and hybrid matching. In: *the 7th ACM conference*. ACM Press, 2013. p. 17-24. Disponível em: <http://dl.acm.org/citation.cfm?doid=2507157.2507180>. Acesso em: 15 out. 2018

KAMPMEIER, C. It Was You I Was Thinking Of: Looking at Audience through the Genre of Mixtapes. *Grassroots Writing Research Journal*, v. 5, p. 7-17, 2014. Disponível em: <http://isuwriting.com/wp-content/uploads/2015/03/It-Was-You-I-Was-Thinking-Of.pdf>. Acesso em: 01 jan. 2020.

KISCHINHEVSKY, M. *O rádio sem onda: convergência digital e novos desafios na radiofusão*. Rio de Janeiro: E-papers, 2007.

KISCHINHEVSKY, M. Por qual diversidade lutar? – Desafios à regulação no rádio musical brasileiro. In: DANTAS, M.; KISCHINHEVSKY, M. (Orgs.). *Políticas públicas e pluralidade na comunicação e na cultura*. Rio de Janeiro: Epapers, 2014.

KISCHINHEVSKY, M. Por uma economia política do rádio musical - articulações entre as indústrias da música e da radiofusão sonora. *MATRIZES*, v. 5, n. 1, p. 247-258, 2011.

KISCHINHEVSKY, M. *Rádio e mídias sociais: mediações e interações radiofônicas em plataformas digitais de comunicação*. 1. ed. Rio de Janeiro: Mauad X, 2016.

KISCHINHEVSKY, M.; CAMPOS, L. B. Rádio social: novos intermediários da indústria da música. *Novos Olhares*, v. 4, n. 1, p. 205, 2015. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.11606/issn.2238-7714.no.2015.86410>. Acesso em: 29 dez. 2018.

KISCHINHEVSKY, M.; VICENTE, E.; DE MARCHI, L. Em busca da música infinita: os serviços de *streaming* e os conflitos de interesse no mercado de conteúdos digitais. *Fronteiras - estudos midiáticos*, v. 17, n. 3, p. 302-311, 2015. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.4013/fem.2015.173.04>. Acesso em: 29 dez. 2018.

KITTLER, F. A. *Gramophone, film, typewriter*. Stanford: Stanford University Press, 1999.

KOENIGSTEIN, N.; DROR, G.; KOREN, Y. Yahoo! music recommendations: modeling music ratings with temporal dynamics and item taxonomy. In: *the fifth ACM conference*. ACM Press, 2011. p. 165. Disponível em: <http://dl.acm.org/citation.cfm?doid=2043932.2043964>. Acesso em: 15 out. 2018

KOSTEK, B. et al. Creating a Reliable Music Discovery and Recommendation System. In: BEMBENIK, R. et al. (Orgs.). *Studies in Computational Intelligence: Intelligent Tools for Building a Scientific Information Platform: From Research to Implementation*. Cham: Springer International Publishing, 2014.

KREMP, P.-A. Innovation and Selection: Symphony Orchestras and the Construction of the Musical Canon in the United States (1879-1959). *Social Forces*, v. 88, n. 3, p. 1051-1082, 2010. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1353/sof.0.0314>. Acesso em: 18 out. 2019.

KWORB. *Spotify daily chart totals - brazil*. 2020. Disponível em: https://kworb.net/spotify/country/br_daily_totals.html. Acesso em: 29 fev. 2020.

LADEIRA, J. M. *Imitação do excesso: televisão, streaming e o Brasil*. Rio de Janeiro: Folio Digital: Letra e Imagem, 2016.

LAMERE, P. B. I've got 10 million songs in my pocket: now what. In: ACM Press, 2012. p. 207. Disponível em: <http://dl.acm.org/citation.cfm?doid=2365952.2365994>.

LANGLOIS, T. Can you feel it? DJs and House Music culture in the UK. *Popular Music*, v. 11, n. 2, p. 229-238, 1992.

LATOURE, B. *Jamais fomos modernos: ensaio de antropologia simétrica*. Rio de Janeiro (RJ): Editora 34, 2009.

- LEE, K.; LEE, K. My head is your tail: applying link analysis on long-tailed music listening behavior for music recommendation. In: *the fifth ACM conference*. ACM Press, 2011. p. 213. Disponível em: <http://dl.acm.org/citation.cfm?doid=2043932.2043971>. Acesso em: 15 out. 2018
- LEMOS, R.; BRANCO, S. Copyleft, software livre e Creative Commons: a nova feição dos Direitos Autorais e as Obras Colaborativas. *Revista de Direito Administrativo*, n. 243, p. 148-167, 2006. Disponível em: <http://hdl.handle.net/10438/2796>. Acesso em: 07 jul. 2018.
- LIN, Y.-T. et al. Audio Musical Dice Game. *ACM Transactions on Multimedia Computing, Communications, and Applications*, v. 11, n. 4, p. 1-24, 2015.
- LIVNAT, Z. Quantity, truthfulness and ironic effect. *Language Sciences*, v. 33, n. 2, p. 305-315, 2011.
- LOPES, P. D. Innovation and Diversity in the Popular Music Industry, 1969 to 1990. *American Sociological Review*, v. 57, n. 1, p. 56, 1992. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.2307/2096144>. Acesso em: 08 out. 2018.
- MACINTOSH GARDEN. *Soundapp*. 2010. Disponível em: <https://macintoshgarden.org/apps/soundapp>. Acesso em: 26 dez. 2019.
- MAHER, G. C. Brechtian Hip-Hop. *Journal of Black Studies*, v. 36, n. 1, p. 129-160, 2005. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1177/0021934704271175>. Acesso em: 01 jan. 2020.
- MARTÍN BARBERO, J. *Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia*. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2013.
- MAYO, B. *Apple Music launches new weekly 'Friends Mix' in For You*. 9to5Mac, 2018. Disponível em: <https://9to5mac.com/2018/08/07/apple-music-launches-new-weekly-friends-mix-in-for-you/>. Acesso em: 27 fev. 2020.
- MCLUHAN, M. *Os meios de comunicação como extensões do homem*. 14. São Paulo: Cultrix, 2011.
- MEENAGHAN, A.; TURNBULL, P. W. The Application of Product Life Cycle Theory to Popular Record Marketing. *European Journal of Marketing*, v. 15, n. 5, p. 1-50, 1981.
- MOLING, O.; BALTRUNAS, L.; RICCI, F. Optimal radio channel recommendations with explicit and implicit feedback. In: *the sixth ACM conference*. ACM Press, 2012. p. 75. Disponível em: <http://dl.acm.org/citation.cfm?doid=2365952.2365971>. Acesso em: 15 out. 2018
- MORENO, E. La radio de formato musical: concepto y elementos fundamentales. *Comunicación y Sociedad*, v. XII, n. 1, p. 89-111, 1999.
- MOROZOV, E. *Big Tech: A ascensão dos dados e a morte da política*. São Paulo: UBU EDITORA, 2018.

MORRIS, J. W. Making music behave: Metadata and the digital music commodity. *New Media & Society*, v. 14, n. 5, p. 850-866, 2012. Disponível em: <http://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/1461444811430645>. Acesso em: 08 fev. 2018.

MORRIS, J. W.; POWERS, D. Control, curation and musical experience in streaming music services. *Creative Industries Journal*, v. 8, n. 2, p. 106-122, 2015 2015/07/03.

MUELLER, D. *At the Vanguard of Vinyl: A Cultural History of the Long-Playing Record in Jazz*. 2015. 300 f. (Doutorado em Música) - Duke University, Durham, 2015.

MULLIGAN, M. *Music subscriber market shares h1 2019*. 2019b. Disponível em: <https://www.midiaresearch.com/blog/music-subscriber-market-shares-h1-2019/>. Acesso em: 10 dez. 2019.

MULLIGAN, M. *Spotify, the Decline of Playlists and the Rise of Podcasts*. Music Industry Blog, 11 abr. 2019a. Disponível em: <https://musicindustryblog.wordpress.com/2019/04/11/spotify-the-decline-of-playlists-and-the-rise-of-podcasts/>. Acesso em: 02 mar. 2020.

NEAPOLITAN, R. E.; JIANG, X. *Artificial Intelligence: With an Introduction to Machine Learning*. 2ª ed. Boca Raton: CRC Press, 2018.

NEEDHAM, R.; ELKIN, A. P. PRESCRIPTION. *Oceania*, v. 43, n. 3, p. 166-181, 1973. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1002/j.1834-4461.1973.tb01207.x>. Acesso em: 02 fev. 2018.

NEGUS, K. *Music Genres and Corporate Cultures*. London: Routledge, 1999.

NEGUS, K. Plugging and programming: pop radio and record promotion in Britain and the United States. *Popular Music*, v. 12, n. 01, p. 57, 2008.

NEVES, F. F.; PAZIN-FILHO, A. Raciocínio Clínico Na Sala de Urgência. *Medicina (Ribeirao Preto Online)*, v. 41, n. 3, 2008.

Nullsoft. *WinAMP Versão 0.2a*. 21 abr. 1997.

Nullsoft. *WinAMP Versão 2.0*. 07 set. 1998.

NYRE, L. Urban Headphone Listening and the Situational Fit of Music, Radio and Podcasting. *Journal of Radio & Audio Media*, v. 22, n. 2, p. 279-298, 2015. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1080/19376529.2015.1083155>. Acesso em: 18 set. 2019.

O'NEIL, C. *Weapons of math destruction: how big data increases inequality and threatens democracy*. 1 ed. New York: Crown, 2016.

ORDANINI, A.; RUBERA, G. The Release of "Greatest Hits" in the Italian Recording Industry: An Empirical Analysis of Strategies and Timing. *International Journal of Arts Management*, v. 6, n. 3, p. 24-36, SPRING 2004. Disponível em: <https://www.jstor.org/stable/41057861>. Acesso em: 03 fev. 2020.

ORIO, N. Music retrieval: a tutorial and review. *Foundations and Trends in Information Retrieval*, v. 1, n. 1, 2006.

- OSBORNE, R. *Vinyl: A history of the analogue record*. Farnham: Ashgate, 2012.
- PÁLOVICS, R. et al. Exploiting temporal influence in online recommendation. In: *the 8th ACM Conference*. ACM Press, 2014. p. 273-280. Disponível em: <http://dl.acm.org/citation.cfm?doid=2645710.2645723>. Acesso em: 15 out. 2018
- PANZARINO, M. *Apple Music's first new personalized playlist wants you to Chill*. Tech Crunch, 2017. Disponível em: <https://techcrunch.com/2017/06/27/apple-musics-first-new-personalized-playlist-wants-you-to-chill/>. Acesso em: 27 fev. 2020.
- PAUWS, S.; VERHAEGH, W.; VOSSSEN, M. Music playlist generation by adapted simulated annealing. *Information Sciences*, v. 178, n. 3, p. 647-662, 2008.
- PAZIN-FILHO, A. et al. Princípios de Prescrição Médica Hospitalar Para Estudantes de Medicina. *Medicina (Ribeirao Preto Online)*, v. 46, n. 2, 2013.
- PEDRERO, L. M. *La radio musical en España: Historia y Análisis*. Madrid: IORTV, 2000.
- PETERSON, R. A.; ANAND, N. The Production of Culture Perspective. *Annual Review of Sociology*, v. 30, n. 1, p. 311-334, 2004.
- PETERSON, R. A.; BERGER, D. G. Cycles in Symbol Production: The Case of Popular Music. *American Sociological Review*, v. 40, n. 2, p. 158-173, 1975.
- PONCE, B. The impact of MP3 and the future of digital entertainment products. *IEEE Communications Magazine*, v. 37, n. 9, p. 68-70, 1999. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1109/35.790866>. Acesso em: 26 dez. 2019.
- PONCIANO, J. Global 2000: Os maiores da tecnologia em 2019. *Forbes*, São Paulo, 17 mai. 2019. Disponível em: <https://forbes.com.br/listas/2019/05/global-2000-os-maiores-da-tecnologia-em-2019/>. Acesso em: 14 mar. 2020
- PORTAL DE PERIÓDICOS. Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES). Repositório de periódicos e publicações científicas. Disponível em: <http://www.periodicos.capes.gov.br/>. Acesso em: 17 jul. 2017
- POWERS, D. Lost in the Shuffle: Technology, History, and the Idea of Musical Randomness. *Critical Studies in Media Communication*, v. 31, n. 3, p. 244-264, 2014. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1080/15295036.2013.870347>.
- PRESCREVER. In: *Michaelis Dicionário Brasileiro da Língua Portuguesa*. São Paulo: Melhoramentos, 2018a. Disponível em: <http://michaelis.uol.com.br/busca?r=0&f=0&t=0&palavra=prescrever>. Acesso em: 05 mar. 2018
- PRESCRIÇÃO. In: *Michaelis Dicionário Brasileiro da Língua Portuguesa*. São Paulo: Melhoramentos, 2018b. Disponível em: <http://michaelis.uol.com.br/busca?r=0&f=0&t=0&palavra=prescrição>. Acesso em: 05 mar. 2018
- PRESTES FILHO, L. C. *Cadeia Produtiva da Economia da Música*. Rio de Janeiro: PUC-Rio; Instituto Gênese, 2005.

- PREY, R. Nothing personal: algorithmic individuation on music streaming platforms. *Media Cult Soc*, University of Groningen, The Netherlands., v. 40, n. 7, p. 1086-1100, 2018 Oct. Disponível em: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/30270951>. Acesso em: 16 fev. 2020.
- PRÓ-MÚSICA. *Sobre nós - a pro-música brasil*. 2018. Disponível em: <http://promusicabr.org.br/home/sobre-nos/>. Acesso em: 29 dez. 2018.
- RANAIVOSON, H. The Determinants of the Diversity of Cultural Expressions-An International Quantitative Analysis of Diversity of Production in the Recording Industry. *Observatorio*, v. 4, p. 215-249, 2010. Disponível em: <http://obs.obercom.pt/index.php/obs/article/viewFile/434/396>. Acesso em: 09 out. 2019.
- REBALA, G.; RAVI, A.; CHURIWALA, S. *An Introduction to Machine Learning*. Cham: Springer International Publishing, 2019.
- RIDGEWELL, R. The concert programmes project: history, progress and future directions. *Fontes Artis Musicae*, v. 57, n. 1, p. 50-64, Jan-Mar. 2010.
- ROBINSON, D. *Content Delivery Networks*. Hoboken, NJ, USA: John Wiley & Sons, Inc., 2017.
- ROIG-MARIN, A. Anglicismos en la terminología del fandom musical: el uso idiosincrático de sustantivos autoreferenciales en el lenguaje juvenil. *Atlantis, revista de la Asociación Española de Estudios Anglo-Norteamericanos*, v. 38, n. 2, p. 181, 2016.
- ROTHENBUHLER, E. W. Commercial Radio as Communication. *Journal of Communication*, v. 46, n. 1, p. 125-143, 1996.
- ROTHENBUHLER, E. W. Programming Decision Making in Popular Music Radio. *Communication Research*, v. 12, n. 2, p. 209-232, 1985.
- ROTHENBUHLER, E. W.; MCCOURT, T. Commercial Radio and Popular Music: Processes of Selection and Factors of Influence. In: LULL, J. (Org.). *Popular Music and Communication*. Beverly Hills: Sage, 1987.
- ROUSSEAU, F.; ALAINBONARDI, E. “Music-ripping”: Des Pratiques Qui Provoquent la Musicologie. *Musicae Scientiae*, v. 7, n. 1_suppl, p. 111-123, 2003.
- SACHDEVA, N.; GUPTA, K.; PUDI, V. Attentive neural architecture incorporating song features for music recommendation. In: *the 12th ACM Conference*. ACM Press, 2018. p. 417-421. Disponível em: <http://dl.acm.org/citation.cfm?doid=3240323.3240397>. Acesso em: 15 out. 2018
- SAFIAN, R. *Exclusive: Spotify CEO Daniel Ek on Apple, Facebook, Netflix—and the future*. Fast Company, 2018. Disponível em: <https://www.fastcompany.com/90213545/exclusive-spotify-ceo-daniel-ek-on-apple-facebook-netflix-and-the-future-of-music>. Acesso em: 27 fev. 2020.
- SANO-FRANCHINI, J. L. Intellectual Property and the Cultures of BitTorrent Communities. *Computers and Composition*, v. 27, n. 3, p. 202-210, 2010.

SASSNER, J. *MP3 Playlist Maker* Versão 2.3b5. Haninge: 24 jul. 2000. Disponível em: <https://web.archive.org/web/20000816041824/http://www.sassner.com/mp3/>. Acesso em: 30 dez. 2019

SASSNER, J. *Mp3 playlistmaker*. 1999. Disponível em: <https://web.archive.org/web/19990508063852/http://www.sassner.com/mp3/changelog.html>. Acesso em: 26 dez. 2019. *Internet Archive*.

SCHANTZ, M. Mixed Signals: How Mixtapes Have Blurred the Changing Legal Landscape in the Music Industry. *University of Miami Business Law Review*, v. 17, n. 2, p. 296, 2009-07-01. Disponível em: <https://repository.law.miami.edu/umbl/vol17/iss2/3>. Acesso em: 30 out. 2019.

SCHEDL, M.; KNEES, P.; GOUYON, F. New Paths in Music Recommender Systems Research. In: *the Eleventh ACM Conference*. ACM Press, 2017. p. 392-393. Disponível em: <http://dl.acm.org/citation.cfm?doid=3109859.3109934>. Acesso em: 15 out. 2018

SCHUDSON, M. The Sociology of News Production Revisited. In: GUREVITCH, M.; CURRAN, J. (Orgs.). *Mass media and society*. New York: Arnold, 1996.

SCHWARTZ, B. *The paradox of choice: why more is less*. 1ª ed. New York: Ecco, 2004.

SEAVER, N. Algorithms as culture: Some tactics for the ethnography of algorithmic systems. *Big Data & Society*, v. 4, n. 2, 2017. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1177/2053951717738104>. Acesso em: 06 out. 2019.

SETLIST.FM. *About*. 2020. Disponível em: <https://www.setlist.fm/about>. Acesso em: 24 fev. 2020.

SHANNON, C. E. A Mathematical Theory of Communication. *Bell System Technical Journal*, v. 27, n. 3, p. 379-423, 1948. Disponível em: <http://10.1002/j.1538-7305.1948.tb01338.x>. Acesso em: 12 fev. 2020.

SHANNON, C. E. The lattice theory of information. *Transactions of the IRE Professional Group on Information Theory*, v. 1, p. 105-107, 1953. Disponível em: <http://10.1109/tit.1953.1188572>. Acesso em: 15 jan. 2020.

SHARMA, A. Modeling the effect of people's preferences and social forces on adopting and sharing items. In: *the 8th ACM Conference*. ACM Press, 2014. p. 421-424. Disponível em: <http://dl.acm.org/citation.cfm?doid=2645710.2653364>. Acesso em: 15 out. 2018

SONG, Y.; DIXON, S.; PEARCE, M. A Survey of Music Recommendation Systems and Future Perspectives. In: (2012), I. S. O. C. M. M. A. R. C. M. R., 9, 2012, *Conference Proceedings*.... London: Queen Mary University of London, 2012. p. 395-410. Disponível em: http://cmmr2012.eecs.qmul.ac.uk/sites/cmmr2012.eecs.qmul.ac.uk/files/pdf/papers/cmmr2012_submission_42.pdf. Acesso em: 09 ago. 2017

SOUNDCHARTS. *Playlists: Top 500 playlists by platform, ranked by subscribers*. 14 mar. 2020. Disponível em: <https://app.soundcharts.com/app/search>. Acesso em: 14 mar. 2020.

SPOTIFY. *Company infoaa*. Stockholm: 2020a. Disponível em: <https://newsroom.spotify.com/company-info/>. Acesso em: 2 mar. 2020.

SPOTIFY. *Descobertas da semana*. São Paulo: 2019a. Disponível em: <https://www.spotify.com/br/discoverweekly/>. Acesso em: 27 dez. 2019.

SPOTIFY. *Playlists*. Stockholm: 2020b. Disponível em: <https://artists.spotify.com/guide/playlists>. Acesso em: 01 mar. 2020.

SPOTIFY. *Spotify - featured*. São Paulo: 2019b. Disponível em: <https://opens.spotify.com>. Acesso em: 30 mar. 2019.

SPOTIFY. *Spotify*. São Paulo: 2020c. Disponível em: <https://open.spotify.com>. Acesso em: 01 mar. 2020.

Spotify. Stockholm: 2006. Disponível em: <https://web.archive.org/web/20061127231638/http://www.spotify.com/>. Acesso em: 28 dez. 2019. *Internet Archive*.

STERNE, J. *MP3: the meaning of a format*. Durham: Duke University Press, 2012.

STERNE, J. *The audible past: cultural origins of sound reproduction*. Durham: Duke University Press, 2003.

STEWART, R.; SANDLER, M. An Auditory Display in Playlist Generation. *IEEE Signal Processing Magazine*, v. 28, n. 4, p. 14-23, 2011.

STIERNSTEDT, F. The Automatic DJ? Control, Automation and Creativity in Commercial Music Radio. In: BONINI, T.; MONCLÚS, B. (Orgs.). *Radio Audiences and Participation in the Age of Network Society*. New York: Routledge, 2015.

STIRLING, A. On the Economics and Analysis of Diversity. *SPRU Electronic - Working Papers Series*, n. 28, 1998.

SU, X.; KHOSHGOFTAAR, T. M. A Survey of Collaborative Filtering Techniques. *Advances in Artificial Intelligence*, v. 2009, p. 1-19, 2009. Disponível em: <http://downloads.hindawi.com/journals/aai/2009/421425.pdf>. Acesso em: 07 fev. 2020.

SWEETING, A. The effects of mergers on product positioning: evidence from the music radio industry. *The Rand Journal of Economics (Blackwell)*, v. 41, n. 2, p. 372, 2010.

TAPLIN, J. *Move fast and break things : how Facebook, Google and Amazon have cornered culture and undermined democracy*. London: Pan Books, 2018.

TARAMIGKOU, M. et al. Escape the bubble: guided exploration of music preferences for serendipity and novelty. In: *the 7th ACM conference*. ACM Press, 2013. p. 335-338. Disponível em: <http://dl.acm.org/citation.cfm?doid=2507157.2507223>. Acesso em: 15 out. 2018

TATESON, R.; BONSMAN, E. ShoppingGarden -- Improving the Customer Experience with On-Line Catalogues. *BT Technology Journal*, v. 21, n. 4, p. 84-91, 2003.

TIEMANN, M.; PAUWS, S.; VIGNOLI, F. Ensemble learning for hybrid music recommendation. In: ACM Press, 2007. p. 179-181. Disponível em:

<http://scholar.google.com/scholar?hl=en&btnG=Search&q=intitle:Ensemble+learning+for+hybrid+music+recommendation#0>.

TZANETAKIS, G. *Manipulation, Analysis and Retrieval Systems for Audio Signals*. 2002. 198 f. Tese (Doutorado em Computer Science) - Princeton University, Princeton, NJ, 2002.

URBAN, G. L.; SULTAN, F.; QUALLS, W. J. Trust based marketing on the internet. *Working Paper - MIT Sloan School of Management*, n. 4035-98, 1998. Disponível em: <https://pdfs.semanticscholar.org/9edf/e652f07a707e7999e31c334ee1206d1bef7c.pdf>. Acesso em: 03 mar. 2018.

VAN DIJCK, J.; POELL, T.; DE WAAL, M. *The platform society: Public values in a connective world*. Oxford University Press, 2018.

VENOSA, S. D. S. *Direito civil: parte geral*. 13a. Ed. São Paulo: Atlas, 2013.

VICENTE, E.; KISCHINHEVSKY, M.; DE MARCHI, L. A consolidação dos serviços de streaming: reconfiguração dos mercados de mídia sonora e desafios à diversidade musical no Brasil. *XXV Encontro Anual da Compós - Universidade Federal de Goiás*, Goiânia, 2016. Disponível em: http://www.compos.org.br/biblioteca/streaming-completo_3377.pdf. Acesso em: 18 set. 2017.

WAITS, J. C. The Playlist is the Thing: Digital Responses to Corporate Music. In: 2003, Los Angeles. *IASPM-US Annual Conference*. IASPM-US, 2003. Disponível em: <https://toni.org/the-playlist-is-the-thing-digital-responses-to-corporate-music/>. Acesso em: 26 dez. 2019

WALL, T. Finding an alternative: Music programming in US college radio. *Radio Journal:International Studies in Broadcast & Audio Media*, v. 5, n. 1, p. 35-54, 2007.

WALL, T. The political economy of Internet music radio. *Radio Journal:International Studies in Broadcast & Audio Media*, v. 2, n. 1, p. 27-44, 2004.

WANG, X. et al. Exploration in Interactive Personalized Music Recommendation. *ACM Transactions on Multimedia Computing, Communications, and Applications*, v. 11, n. 1, p. 1-22, 2014.

WARREHAM, D. In the future.... In: MOORE, T. (Org.). *Mix tape: the art of cassette culture*. New York: Universe Publishing, 2004.

WEBER, W. From miscellany to homogeneity in concert programming. *Poetics*, v. 29, n. 2, p. 125-134, 2001. Disponível em: [http://dx.doi.org/10.1016/s0304-422x\(01\)00031-6](http://dx.doi.org/10.1016/s0304-422x(01)00031-6).

WEDEL, M.; RUST, R. T.; CHUNG, T. S. Up close and personalized. In: ACM Press, 2009. p. 3-4. Disponível em: <http://portal.acm.org/citation.cfm?doid=1639714.1639716>.

WHITMAN, B. A. *Learning the Meaning of Music*. 2005. 104 f. Tese (Program in Media Arts and Sciences, School of Architecture and Planning) - Massachusetts Institute of Technology, Cambridge, 2005.

WHO needs McCoys? Hatfields are hot. *The Music Reporter*, Nashville, p. 25, 11 maio 1963. Disponível em: <https://www.americanradiohistory.com/Archive-Music-Business/Music-Reporter-1963-05-11.pdf>. Acesso em: 27 dez. 2019

WIKSTRÖM, P.; BURNETT, R. Same Songs, Different Wrapping: The Rise of the Compilation Album. *Popular Music and Society*, v. 32, n. 4, p. 507-522, 2009. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1080/03007760802327599>. Acesso em: 08 jan. 2020.

WILLIAMS, R. *Culture and society: 1780-1950*. Columbia University Press, 1983.

WILLIAMS, R. *Keywords: a vocabulary of culture and society*. New edition. Oxford: Oxford University Press, 2015.

WILLIAMS, R. *Problems in materialism and culture: selected essays*. London: Verso, 1980.

WU, T. *Impérios da comunicação: do telefone à internet, da AT&T ao Google*. Rio de Janeiro: Zahar, 2012.

WU, X. et al. Personalized next-song recommendation in online karaokes. In: *the 7th ACM conference*. ACM Press, 2013. p. 137-140. Disponível em: <http://dl.acm.org/citation.cfm?doid=2507157.2507215>. Acesso em: 15 out. 2018

YANG, D. et al. Local implicit feedback mining for music recommendation. In: *the sixth ACM conference*. ACM Press, 2012. p. 91. Disponível em: <http://dl.acm.org/citation.cfm?doid=2365952.2365973>. Acesso em: 15 out. 2018

APÊNDICE A - Tabela de conteúdos mapeados - página inicial deezer web player - mar-abr. 2019

Deezer			
Seção / Data	30/03/2019	01/04/2019	05/04/2019
Principal	Flow: João Paulo e Daniel Diariamente: Led Zeppelin	Flow: Nina Simone Diariamente: Led Zeppelin	Flow: Chico Buarque Diariamente: Led Zeppelin
Navegar	Sertanejo Gospel Pop Funk Brasileiro Música Brasileira Samba e Pagode	Sertanejo Pop Funk Brasileiro Gospel Música Brasileira Samba e Pagode	Jazz Indie Rock Sertanejo Gospel Pop
Recomenda	Billie Eilish AnaVittória	Céu da semana com titi vidal AnaVittória	Lançamentos da Semana Top 50 Gospel
Playlists escolhidas	Vem pro sertanejo Faixa a faixa - Gustavo Lima Hits of the moment Radar Sertanejo Só hits	Som de Paredão Festa Sertaneja Radar Pop Só hits Sertanejo	Jazz Essentials Jazzy Romance Rock Party hits Chill Jazz Alternative Classics
Popular	Lançamentos da Semana Indie Brasil Top 50 Gospel Radar Pop Reggae do Brasil	Sertanejo Apaixonado Explosão Brasil Reggae do Brasil Nosso Pop Radar Sertanejo	Lançamentos da Semana Funkadão Top 50 Gospel Batidão 150 Axé e Arrocha
Dinâmica 1	Músicas para o fim de semana Trilha do Churrasco Pôr do sol na praia Weekend Roadtrip Weekend Chill Pé na estrada	Motivação para Segunda Calmaria Easy Monday Chill Vibes Good Vibes Acoustic chill	Happy Hour é Aqui Happy Hour Motivation Hits Singing in the car Dinner with Friends Globetrotter by Koffee
Novos lançamentos para você	Simone e Simária - Aperte o Play Ao vivo Lucas Lucco - Aham - ao vivo Naiara Azevedo - Naiara Sunrise, Ep2 João Neto e Frederico - Não tem tu, vai tu mesmo Quem dizes que eu sou - Hillsong em Português	Simone e Simária - Aperte o Play Ao vivo Lucas Lucco - Aham - ao vivo Naiara Azevedo - Naiara Sunrise, Ep2 João Neto e Frederico - Não tem tu, vai tu mesmo Billie Eilish When we all fall asleep, where do we go	Kendrik Scott Oracle - A wall becomes a bridge Ruby Rushton - Ironside Quiana Lynell - a little love Wyes Blood - Titanic Rising The drums - brutalism
Mais ouvidas	Top Brazil	Top Brazil	Top Brazil
Rádios ao vivo	Joven Pan São Paulo FM Hunter.FM Sertanejo Joven Pan News Antena 1 Rádio Mix FM	Hunter.FM Sertanejo Joven Pan São Paulo FM Rádio Mix FM Antena 1 Mix Rio FM	Hunter.FM Hits Joven Pan São Paulo FM Hunter.FM Sertanejo Joven Pan News Antena 1
Podcasts para você	Inglês todos os dias Céu da semana com titi vidal Mução Pretinho Básico Primocast	Quem diria Mução Inglês todos os dias Céu da semana com titi vidal Nerdcast	Mução Céu da semana com titi vidal Inglês todos os dias Pretinho Básico Primocast
Conteúdo Exclusivo	Faixa a Faixa - Baco Exu do Blues Faixa a Faixa - Priscilla Alcantara Faixa a Faixa - Thaeme e Thiago Faixa a Faixa - Karol Conka Deezer Next live session Yasmin Santos	Faixa a faixa - Gustavo Lima Faixa a Faixa - Baco Exu do Blues Faixa a Faixa - Priscilla Alcantara Faixa a Faixa - Thaeme e Thiago Faixa a Faixa - Karol Conka	Faixa a faixa - Gustavo Lima Faixa a Faixa - Baco Exu do Blues Faixa a Faixa - Priscilla Alcantara Faixa a Faixa - Thaeme e Thiago Faixa a Faixa - Karol Conka
Automáticas	3	3	3
Editoriais	11	10	8
Incerto	3	5	9
Total de playlists	17	18	20
Outras ofertas	29	28	26
Proporção de Playlists (%)	37,0	39,1	43,5

Deezer - Cont.				
	06/04/2019	09/04/2019	10/04/2019	11/04/2019
Flow: Nina Simone	Flow: Nina Simone	Flow: Chico Buarque	Flow: Chico Buarque	
Diariamente: Led Zeppelin	Diariamente: Led Zeppelin	Diariamente: Led Zeppelin	Diariamente: Led Zeppelin	
Jazz	Jazz	Jazz	Jazz	
Indie	Indie	Indie	Indie	
Rock	Rock	Rock	Rock	
Sertanejo	Sertanejo	Sertanejo	Sertanejo	
Gospel	Música Brasileira	Gospel	Gospel	
Música Brasileira	Funk Brasileiro	Música Brasileira	Música Brasileira	
Lançamentos da Semana	Faixa a Faixa: Kemilly Santos	Deezer Originals: Kemilly Santos	Deezer Sessions: Dua Lipa	
Top 50 Gospel	10 novas Anittas	10 novas Anittas	Deezer Originals: Kemilly Santos	
Best Rock of All time	Winter jazz	Jazz Essentials	Chill Jazz	
Bedroom Indie	Alternative R&B	Indie Oddballs	Rock Icons	
Rock Party hits	Rock Brasileiro	Jazz para trabalhar	Rock Brasileiro	
Mixtape by Bibio	Jazz For Sleep	Jazz piano	New Alternative	
Oriental Jazz	Chill Alternative	alternative classics	Jazzy Romance	
Lançamentos da Semana	Segue o Rap	Segue o Rap	R&Bonde	
Funkadão	Batidão 150	Batidão 150	Explosão Brasil	
Top 50 Gospel	Mulherada Sertaneja	Mulherada Sertaneja	Vem pro Sertanejo	
Batidão 150	EDM para malhar	EDM para malhar	Estouradas do Forró	
Axé e Arrocha	Samba, sim senhora	Samba, sim senhora	Hablas Portuñol	
Músicas para o fim de semana	O som do seu fim de tarde	Motivação da Semana	Happy Hour é Aqui	
Trilha do Churrasco	Ao infinito e além	Motivation hits	Happy Hour	
Por do Sol na praia	Romantic Evening	Calmaria	Motivation Hits	
Weekend Roadtrip	Evening Chill	Chill hits	Singing in the car	
Weekend Chill	Hora de dormir	Globetrotter by Koffee	Dinner with Friends	
Pé na estrada	Acoustic Chill	Focus at work	Globetrotter by Koffee	
Kendrik Scott Oracle - A wall becomes a bridge	Plume - Escaping the dark side	Plume - Escaping the dark side	Plume - Escaping the dark side	
Ruby Rushton - Ironside	Kendrik Scott Oracle - A wall becomes a bridge	Kendrik Scott Oracle - A wall becomes a bridge	Kendrik Scott Oracle - A wall becomes a bridge	
Quiana Lynell - a little love	Ruby Rushton - Ironside	Ruby Rushton - Ironside	Ruby Rushton - Ironside	
Wyes Blood - Titanic Rising	Quiana Lynell - a little love	Quiana Lynell - a little love	Quiana Lynell - a little love	
The drums - brutalism	Wyes Blood - Titanic Rising	Wyes Blood - Titanic Rising	Wyes Blood - Titanic Rising	
Top Brazil	Top Brazil	Top Brazil	Top Brazil	
JBFM	TopFM	Hunter.FM Sertanejo	Hunter.FM Sertanejo	
Rádio Graviola	Rádio Mix FM	Nova Brasil FM	Melodia FM 97,5	
Hunter.FM Sertanejo	Joven Pan São Paulo FM	Joven Pan News	Joven Pan São Paulo FM	
Joven Pan São Paulo FM	Hunter.FM Sertanejo	Joven Pan São Paulo FM	Joven Pan News	
Joven Pan News	Joven Pan News	Antena 1	Hunter.FM Sertanejo	
Mução	Céu da semana com titi vidal	Quem diria	Estadão Notícias	
Céu da semana com titi vidal	Mução	Mução	Durma com essa	
Inglês todos os dias	Inglês todos os dias	Prezinho Básico	Mamilos	
Prezinho Básico	Primocast	Jacaré BANcast	Pânico	
Nercast	Nercast	Céu da semana com titi vidal	Mução	
Faixa a faixa - Gustavo Lima	Faixa a faixa - Gustavo Lima	Faixa a faixa - Gustavo Lima	Faixa a faixa - Gustavo Lima	
Faixa a Faixa - Baco Exu do Blues	Faixa a Faixa - Baco Exu do Blues	Faixa a Faixa - Baco Exu do Blues	Faixa a Faixa - Baco Exu do Blues	
Faixa a Faixa - Priscilla Alcantara	Faixa a Faixa - Priscilla Alcantara	Faixa a Faixa - Priscilla Alcantara	Faixa a Faixa - Priscilla Alcantara	
Faixa a Faixa - Thaeme e Thiago	Faixa a Faixa - Thaeme e Thiago	Faixa a Faixa - Thaeme e Thiago	Faixa a Faixa - Thaeme e Thiago	
Faixa a Faixa - Karol Conka	Faixa a Faixa - Karol Conka	Faixa a Faixa - Karol Conka	Faixa a Faixa - Karol Conka	
	3	3	3	3
	10	10	8	10
	7	5	7	5
	20	18	18	18
	26	28	28	28
	43,5	39,1	39,1	39,1

Deezer - Cont.			
13/04/2019	14/04/2019	17/04/2019	18/04/2019
Flow: Nina Simone	Flow: Chico Buarque	Flow: Nina Simone	Banner: Festa Funk
Diariamente: Led Zeppelin	Diariamente: Led Zeppelin	Diariamente: Led Zeppelin	Flow: Chico Buarque
			Diariamente: Led Zeppelin
Jazz	Jazz	Jazz	Jazz
Indie	Indie	Indie	Indie
Rock	Rock	Rock	Rock
Sertanejo	Sertanejo	Sertanejo	Sertanejo
Gospel	Funk Brasileiro	Gospel	Gospel
Música Brasileira	Música Brasileira	Música Brasileira	Música Brasileira
Lançamentos da Semana	Música Inspirada na série Game of Thrones	Homecoming the live album: Beyoncé	Novo som da IZA
Thiaguinho AcusTHico	Lançamentos da Semana	Faixa a Faixa: Liniker e os Caramellows	Homecoming the Live Album - Beyoncé
Mixtape by Bibio	Rock Brasileiro	Jazzy Romance	Jazz for sleep
Dazed Dream	Women of Jazz	Rock & Chill	Mixtape by Sleaford Mods
Best rock of all time	Chill Alternative	Melancholy Mood	Alternative R&B
Jazz piano	Dazed Dream	Women of Jazz	Jazzy Romance
Rock & Chill	Jazz Now	Rock Brasileiro	Winter Jazz
Lançamentos da Semana	Classics Game of Thrones	Top Hits Gospel	Pagodelícia
Novidades Gospel	Lançamentos da Semana	Estouradas do Forró	Só hits
#Hitou	Novidades Gospel	Vem pro Sertanejo	Top hits gospel
Pagodelícia	#Hitou	Funkadão	Festa Sertaneja
Segue o Rap	Pagodelícia	Brasil Agora	#Hitou
Músicas para o fim de semana	O som do seu fim de tarde	O som do seu fim de tarde	O som do seu fim de tarde
Trilha do Churrasco	Ao infinito e além	Ao infinito e além	Ao infinito e além
Por do Sol na praia	Romantic Evening	Romantic Evening	Romantic Evening
Weekend Roadtrip	Evening Chill	Evening Chill	Evening Chill
Weekend Chill	Hora de dormir	Hora de dormir	Hora de dormir
Pé na estrada	Acoustic Chill	Acoustic Chill	Acoustic Chill
Norah Jones - Begin Again	Norah Jones - Begin Again	Norah Jones - Begin Again	Fat white family - Serfs Up!
Richard Galliano - The Tokyo concert	Richard Galliano - The Tokyo concert	Richard Galliano - The Tokyo concert	Catfish ant the bottleman - Conversation
Bill Frisell - Epistrophy	Bill Frisell - Epistrophy	Bill Frisell - Epistrophy	Norah Jones - Begin Again
Herlin Riley - Perceptual Optimism	Herlin Riley - Perceptual Optimism	Herlin Riley - Perceptual Optimism	Richard Galliano - The Tokyo concert
Fontaines D. C. - Dogrel	Fontaines D. C. - Dogrel	Fontaines D. C. - Dogrel	Bill Frisell - Epistrophy
Top Brazil	Top Brazil	Top Brazil	Top Brazil
Hunter.FM Hits	TopFM	TopFM	TopFM
Joven Pan São Paulo FM	Rádio Mix FM	Rádio Mix FM	Rádio Mix FM
Hunter.FM Sertanejo	Hunter.FM Sertanejo	Joven Pan São Paulo FM	Joven Pan São Paulo FM
Joven Pan News	Joven Pan São Paulo FM	Hunter.FM Sertanejo	Hunter.FM Sertanejo
Antena 1	Joven Pan News	Joven Pan News	Joven Pan News
Mução	Mução	Mução	Mução
Inglês todos os dias	Inglês todos os dias	Céu da semana com titi vidal	Céu da semana com titi vidal
Céu da semana com titi vidal	Nerdcast	Inglês todos os dias	Inglês todos os dias
Primocast	Céu da semana com titi vidal	Primocast	Pretinho Básico
Pretinho Básico	Pretinho Básico	Pretinho Básico	Primocast
Faixa a faixa - Gustavo Lima	Faixa a faixa - Gustavo Lima	Deezer Next Live session - Isaías Saad	Deezer Next Live session - Isaías Saad
Faixa a Faixa - Baco Exu do Blues	Faixa a Faixa - Baco Exu do Blues	Deezer Sessions - Dua Lipa	Deezer Sessions - Dua Lipa
Faixa a Faixa - Priscilla Alcantara	Faixa a Faixa - Priscilla Alcantara	Faixa a faixa - Gustavo Lima	Faixa a faixa - Gustavo Lima
Faixa a Faixa - Thaeme e Thiago	Faixa a Faixa - Thaeme e Thiago	Faixa a Faixa - Baco Exu do Blues	Faixa a Faixa - Baco Exu do Blues
Faixa a Faixa - Karol Conka	Faixa a Faixa - Karol Conka	Faixa a Faixa - Priscilla Alcantara	Faixa a Faixa - Priscilla Alcantara
3	3	3	3
11	13	9	10
5	4	6	6
19	20	18	19
27	26	28	28
41,3	43,5	39,1	40,4

Deezer - Cont.				
	19/04/2019	21/04/2019	23/04/2019	24/04/2019
Flow: Chico Buarque	Flow: Chico Buarque	Flow: Sinatra	Flow: Nina Simone	
Diariamente: Led Zeppelin	Diariamente: Led Zeppelin	Diariamente: Led Zeppelin	Diariamente: Led Zeppelin	
Jazz	Jazz	Jazz	Jazz	
Indie	Indie	Indie	Indie	
Rock	Rock	Rock	Rock	
Sertanejo	Sertanejo	Sertanejo	Sertanejo	
Gospel	Música Brasileira	Gospel	Gospel	
Música Brasileira	Funk Brasileiro			
Lançamentos da Semana	Lançamentos da Semana	Faixa a Faixa - Bruno e Barreto	Faixa a Faixa - Bruno e Barreto	
Top 50 Gospel	Top 50 Gospel	A trilha do churrasco feita pelo Dilzinho	A trilha do churrasco feita pelo Dilzinho	
Rock Road trip	Best rock of all time	Rock Workout	Rock Workout	
Indie Oddballs	Jazz Essentials		Mixtape by Sleaford mods	
Rock Party hits	Jazz for sleep	Women of Jazz	Jazz para trabalhar	
Women of Jazz	Mixtape by Sleaford mods	Alternative R&B	Jazz Essentials	
Mixtape by Sleaford mods	Chill Alternative	Jazzy Romance	Indie Oddballs	
Lançamentos da Semana	Lançamentos da Semana	Coração Sertanejo	Vem pro Sertanejo	
Fluxo liberado	Novidades Gospel	Toca MPB!	Funkadão	
Toca MPB!	Fluxo liberado	Só hits	Top 50 Gospel	
Rock Brasileiro	Toca MPB!	Radar Gospel	Som de Paredão	
Só hits	Rock Brasileiro	Rock Brasileiro	Fluxo Liberado	
Chegou a Sexta	O som do seu fim de tarde	O som do seu fim de tarde	Motivação da Semana	
Thank God It's Friday!	Ao infinito e além	Ao infinito e além	Motivation hits	
Happiness boost	Romantic Evening	Romantic Evening	Calmaria	
Calmaria	Evening Chill	Evening Chill	Chill hits	
Good Vibes	Hora de dormir	Hora de dormir	Globetrotter by Sean Paul	
Focus at work	Acoustic Chill	Acoustic Chill	Focus at work	
Winton Marsalis - Bolden	Winton Marsalis - Bolden	Sum 41 - Out of blood	Sum 41 - Out of blood	
Seth MacFarlane - Once in a While	Seth MacFarlane - Once in a While	The mysterines - Gasoline	The mysterines - Gasoline	
Elliot Galvin - Modern Times	Elliot Galvin - Modern Times	Winton Marsalis - Bolden	Winton Marsalis - Bolden	
Jade Bird - Jade Bird	Jade Bird - Jade Bird	Seth MacFarlane - Once in a While	Seth MacFarlane - Once in a While	
The tallest man on earth - I love you. It's a fever dream	The tallest man on earth - I love you. It's a fever dream	Elliot Galvin - Modern Times	Elliot Galvin - Modern Times	
Top Brazil	Top Brazil	Top Brazil	Top Brazil	
Hunter.FM Sertanejo	TopFM	Hunter.FM Sertanejo	Hunter.FM Sertanejo	
Nova Brasil FM	Rádio Mix FM	Joven Pan São Paulo FM	Joven Pan São Paulo FM	
Joven Pan São Paulo FM	Hunter.FM Sertanejo	Antena 1	Antena 1	
Antena 1	Joven Pan São Paulo FM	Joven Pan News	Joven Pan News	
Joven Pan News	Antena 1	Mix Rio FM	Mix Rio FM	
Quem diria	Mução	Céu da semana com titi vidal	Quem diria	
Mução	Inglês todos os dias	Mução	Mução	
Pretinho Básico	Nerdcast	Primocast	Pretinho Basico	
Jacaré BANCcast	Céu da semana com titi vidal	Inglês todos os dias	Jacaré BANCcast	
Céu da semana com titi vidal	Primocast	Nerdcast	Céu da semana com titi vidal	
Deezer Next Live session - Isafas Saad	Deezer Next Live session - Isafas Saad	Faixa a Faixa - Bruno e Barreto	Faixa a Faixa - Bruno e Barreto	
Deezer Sessions - Dua Lipa	Deezer Sessions - Dua Lipa	Faixa a Faixa - Liniker e os Caramellows	Faixa a Faixa - Liniker e os Caramellows	
Faixa a faixa - Gustavo Lima	Faixa a faixa - Gustavo Lima	Faixa a Faixa - Kemilly Santos	Faixa a Faixa - Kemilly Santos	
Faixa a Faixa - Baco Exu do Blues	Faixa a Faixa - Baco Exu do Blues	Deezer Next Live session - Isafas Saad	Deezer Next Live session - Isafas Saad	
Faixa a Faixa - Priscilla Alcantara	Faixa a Faixa - Priscilla Alcantara	Deezer Sessions - Dua Lipa	Deezer Sessions - Dua Lipa	
	3	3	3	3
	10	11	12	9
	7	6	4	7
	20	20	19	19
	26	26	27	27
	43,5	43,5	41,3	41,3

Spotify - Cont						
	19/04/2019	21/04/2019	23/04/2019	24/04/2019	25/04/2019	27/04/2019
Hits! Hits! Hits!	Preparando para voltar à rotina?	Bons Sonhos!	Aperte o play!	Hey, Mr. DJ!	Pra curtir o sábado com a melhor trilha	
Top Brasil	Meditação e relaxamento	Hora de dormir	Top Brasil	Hora de dormir	Pop Brasil	
Funk hits	Hora de dormir	Meditação e relaxamento	Pop Up	Meditação e relaxamento	Pagodão Baiano	
Esquenta Sertanejo	Lo-fi Beats	Jazz relax	Funk hits	Lo-fi Beats	Top Brasil	
Pagodeira	Acústico MPB	Nana nenê	mint BR	Rock Forever	Lacradorex	
Today's Top Hits	Jazz Relax	Ecosistema - Sons do mar	K-pop Daebak	O melhor da MPB	RAPública	
RapCaviar	Pop Up	Desplugado	Esquenta Sertanejo	Gold BPM	Pagodeira	
Sucessos Gospel	Funk Hits	EDM acústico	Pátria Rock	Monstros do Rap Nacional	Today's Top Hits	
O melhor da MPB	Samba de Raiz	Gospel Acústico	Sucessos Gospel	Indispensável	mint BR	
mint BR	Bossa Nova	Pop Acústico	Trapperz	Jazz Relax	Rock Forever	
		Rock Acústico	RapCaviar	Hinos Pop	Acústico MPB	
		Nova Bahia		Clássicos Sertanejos	Verão Forever	
				Ecosistema: sons da floresta		
Top 50 Brazil	Top 50 Brazil	Top 50 Brazil	Top 50 Brazil	Top 50 Brazil	Top 50 Brazil	
Top 50 Global	Top 50 Global	Top 50 Global	Top 50 Global	Top 50 Global	Top 50 Global	
Viral 50 Global	Viral 50 Global	Viral 50 Global	Viral 50 Global	Viral 50 Global	Viral 50 Global	
Viral 50 Brazil	Viral 50 Brazil	Viral 50 Brazil	Viral 50 Brazil	Viral 50 Brazil	Viral 50 Brazil	
Escuta as minas	Podcasts para dormir e relaxar	Podcasts para dormir e relaxar	Podcasts pra rir até chorar	Hey, Mr. DJ!	Podcasts pra rir até chorar	
Mamilos	Na nossa vida	Na nossa vida	Um milkshake chamado Wanda	Hora de dormir	Um milkshake chamado Wanda	
Elas com elas	Autoconsciente	Autoconsciente	Matando Robôs Gigantes	Meditação e relaxamento	Matando Robôs Gigantes	
Jogo de damas	Estamos bem?	Estamos bem?	Libertinagem	Lo-fi Beats	Libertinagem	
Histórias de ninar para garotas rebeldes	Meditação pura energia positiva	Meditação pura energia positiva	Mução	Rock Forever	Mução	
Na nossa vida	budismo online	budismo online	Mundo Freak Confidencial	O melhor da MPB	Mundo Freak Confidencial	
Prato Frio	talvez seja isso	talvez seja isso	Podcast do Totorial	Gold BPM	Podcast do Totorial	
Talvez seja isso	Gisela Valin	Gisela Valin	umdois testando	Monstros do Rap Nacional	umdois testando	
Maria vai com as outras	Meditação raja yoga	Meditação raja yoga	Pânico	Indispensável	Pânico	
Imagina Juntas	Escolha sua vida	Escolha sua vida	Xorume	Jazz Relax	Xorume	
Esquizofrenias	Mindful moment	Mindful moment	Áudios Vazados	Hinos Pop	Áudios Vazados	
Mas você vai sozinho?	Filosofia à maneira clássica nova acrópole	Filosofia à maneira clássica nova acrópole	Bobos sem corte	Clássicos Sertanejos	Bobos sem corte	
Pizza de Dados	Olhares	Olhares	Treta Talks	Ecosistema: sons da floresta	Treta Talks	
	9	9	11	10	12	11
	4	4	4	4	4	4
	13	13	15	14	16	15
	12	12	12	12	12	12
	52,0	52,0	55,6	53,8	57,1	55,6

APÊNDICE C - Tabela de conteúdos mapeados - página explore Apple Music - Itunes - mar-abr. 2020

Apple Music Seção / Data	06/04/2019	09/04/2019	10/04/2019	11/04/2019
Destaque	Sertanejo VIP - Playlist atualizada	Sertanejo VIP - Playlist atualizada	Sertanejo VIP - Playlist atualizada	Sertanejo VIP - Playlist atualizada
	Khalid - Free Spirit - Novo álbum	Khalid - Free Spirit - Novo álbum	Khalid - Free Spirit - Novo álbum	Khalid - Free Spirit - Novo álbum
Top 100 do dia	Mundo	Mundo	Mundo	Mundo
	Brasil	Brasil	Brasil	Brasil
	Estados Unidos	Estados Unidos	Estados Unidos	Estados Unidos
	Reino Unido	Reino Unido	Reino Unido	Reino Unido
	México	México	México	México
Dinâmico 1	Um brinde ao indie	Músicas para treinar	Músicas para treinar	Músicas para treinar
	O Baile	Alternativa para malhar	Alternativa para malhar	Alternativa para malhar
	Pegando fogo	Batidas aceleradas	Batidas aceleradas	Batidas aceleradas
	A onda da balada	R&B para malhar	R&B para malhar	R&B para malhar
	Happy hour country	Puro treino	Puro treino	Puro treino
	Na vibe de sexta-feira	Pumped UP	Pumped UP	Pumped UP
Músicas por atmosfera	Boa onda	Boa onda	Boa onda	Boa onda
	Festa	Festa	Festa	Festa
	Chill	Chill	Chill	Chill
	Décadas	Décadas	Décadas	Décadas
Dinâmico 2	Essenciais	Descoberta Acústico	Descoberta Acústico	Redescoberta: Britpop
	Arctic Monkeys	Acústicos do momento	Acústicos do momento	Oasis - Definitely Maybe
	Tribalistas	Relax acústico	Relax acústico	Blur - Parklife
	Sam Smith	Bossa nova: essenciais	Bossa nova: essenciais	Pulp - Different Class
	The 1975	Cantores e compositores: essenciais	Cantores e compositores: essenciais	Suede - Suede
Recém atualizada	Sertanejo VIP	Sertanejo VIP	Sertanejo VIP	Sertanejo VIP
	Hits do Momento	Hits do Momento	Hits do Momento	Hits do Momento
	O melhor da Semana	O melhor da Semana	O melhor da Semana	O melhor da Semana
	O Baile	O Baile	O Baile	O Baile
Faixas em destaque	Khalid - Talk	Anitta, Ludmilla & Snoop Dog - Onda Diferen	Anitta, Ludmilla & Snoop Dog - Onda Diferen	Anitta, Ludmilla & Snoop Dog - Onda Diferen
	Lucas Lucco - Aham (Ao vivo)	Lucas Lucco - Aham (Ao vivo)	Lucas Lucco - Aham (Ao vivo)	Lucas Lucco - Aham (Ao vivo)
	Jennifer Lopez & French Montana - Medicine	Jennifer Lopez & French Montana - Medicine	Jennifer Lopez & French Montana - Medicine	Jennifer Lopez & French Montana - Medicine
	Anderson .Paak - Make it Better (feat. Smoke)	Anderson .Paak - Make it Better (feat. Smoke)	Anderson .Paak - Make it Better (feat. Smoke)	Anderson .Paak - Make it Better (feat. Smoke)
	Anitta, Ludmilla & Snoop Dog - Onda Diferen	Khalid - Talk	Khalid - Talk	Khalid - Talk
	Anitta & Becky G - Banana	Dean Lewis - Stawy Awake	Dean Lewis - Stawy Awake	Dean Lewis - Stawy Awake
	Dean Lewis - Stawy Awake	Maneiva, Hungria Hip Hop & Marcelo D2 - Zó	Maneiva, Hungria Hip Hop & Marcelo D2 - Zó	Maneiva, Hungria Hip Hop & Marcelo D2 - Zó
	Sara Barelles - A Safe Place to Land (feat. Jol	Anitta & Becky G - Banana	Anitta & Becky G - Banana	Anitta & Becky G - Banana
	Alejandro Sanz & Camila Cabello - Mi persona	Sara Barelles - A Safe Place to Land (feat. Jol	Sara Barelles - A Safe Place to Land (feat. Jol	Sara Barelles - A Safe Place to Land (feat. Jol
	BLACKPINK - Kill This Love	Alejandro Sanz & Camila Cabello - Mi persona	Alejandro Sanz & Camila Cabello - Mi persona	Alejandro Sanz & Camila Cabello - Mi persona
	Jonas Brothers - Cool	BLACKPINK - Kill This Love	BLACKPINK - Kill This Love	BLACKPINK - Kill This Love
	Diogo Nogueira - Vapor de Arerê	Jonas Brothers - Cool	Jonas Brothers - Cool	Jonas Brothers - Cool
Novas músicas	Khalid - Free Spirit	Khalid - Free Spirit	Khalid - Free Spirit	Khalid - Free Spirit
	Anitta - Kisses	Anitta - Kisses	Anitta - Kisses	Anitta - Kisses
	Dean Lewis - A place we knew	Dean Lewis - A place we knew	Dean Lewis - A place we knew	Dean Lewis - A place we knew
	Sara Barelles - Amidst the Chaos	Sara Barelles - Amidst the Chaos	Sara Barelles - Amidst the Chaos	Sara Barelles - Amidst the Chaos
	Billie Eilish - When We All Fall	BLACKPINK - Kill This Love	BLACKPINK - Kill This Love	BLACKPINK - Kill This Love
	BLACKPINK - Kill This Love	Los Hermanos - Corre Corre - Single	Los Hermanos - Corre Corre - Single	Los Hermanos - Corre Corre - Single
	Los Hermanos - Corre Corre - Single	bülow - Crystalline	bülow - Crystalline	bülow - Crystalline
	bülow - Crystalline	Matheus & Kauan - Tem Moda pra Tudo	Matheus & Kauan - Tem Moda pra Tudo	Matheus & Kauan - Tem Moda pra Tudo
	Matheus & Kauan - Tem Moda pra Tudo	Alejandro Sanz #ELDISCO	Alejandro Sanz #ELDISCO	Alejandro Sanz #ELDISCO
Nós adoramos	Spencer Sutherland - NON of this has been...	Spencer Sutherland - NON of this has been...	Spencer Sutherland - NON of this has been...	Spencer Sutherland - NON of this has been...
	Liniker e os Caramelows - Goela Abaixo	Liniker e os Caramelows - Goela Abaixo	Liniker e os Caramelows - Goela Abaixo	Liniker e os Caramelows - Goela Abaixo
	Tiera Whack - Whack World	Tiera Whack - Whack World	Tiera Whack - Whack World	Tiera Whack - Whack World
	Matheus & Kauan - Tem Moda pra Tudo	Matheus & Kauan - Tem Moda pra Tudo	Matheus & Kauan - Tem Moda pra Tudo	Matheus & Kauan - Tem Moda pra Tudo
	Orville Pack - Pony	Orville Pack - Pony	Orville Pack - Pony	Orville Pack - Pony
Crie sua biblioteca (essenciais)	Natiruts	Natiruts	Natiruts	Natiruts
	Lucas Lucco	Lucas Lucco	Lucas Lucco	Lucas Lucco
	Pablo Vittar	Pablo Vittar	Pablo Vittar	Pablo Vittar
	Los Hermanos	Los Hermanos	Los Hermanos	Los Hermanos
	Billie Eilish	Billie Eilish	Billie Eilish	Billie Eilish
No Beats 1	Khalid: 'Free Spirit' and Finding Himself	Khalid: 'Free Spirit' and Finding Himself	Khalid: 'Free Spirit' and Finding Himself	Khalid: 'Free Spirit' and Finding Himself
	Billie Eilish and Finneas O'Connell: Zane Lowe	Billie Eilish and Finneas O'Connell: Zane Lowe	Billie Eilish and Finneas O'Connell: Zane Lowe	Billie Eilish and Finneas O'Connell: Zane Lowe
	Zane Lowe and Action Bronson	Zane Lowe and Action Bronson	Zane Lowe and Action Bronson	Zane Lowe and Action Bronson
	Na Interview with Foals	Na Interview with Foals	Na Interview with Foals	Na Interview with Foals
	The Ezra Koenig Interview	The Ezra Koenig Interview	The Ezra Koenig Interview	The Ezra Koenig Interview
Em breve	Anderson .Paak - Ventura	Anderson .Paak - Ventura	Anderson .Paak - Ventura	Anderson .Paak - Ventura
	LSD - Labrinth, SAI &	LSD - Labrinth, SAI &	LSD - Labrinth, SAI &	LSD - Labrinth, SAI &
	Ciara - Beauty Marks	Ciara - Beauty Marks	Ciara - Beauty Marks	Ciara - Beauty Marks
	P!nk - Hurts 2B Human	P!nk - Hurts 2B Human	P!nk - Hurts 2B Human	P!nk - Hurts 2B Human
	NCT 127 - Awaken	NCT 127 - Awaken	NCT 127 - Awaken	NCT 127 - Awaken
Editoriais	15	19	19	15
Automáticas	5	5	5	5
Total de Playlists¹	20	24	24	20
Outras ofertas	48	44	44	48
Proporção de Playlists (%)	29,4	35,3	35,3	29,4

APÊNDICE D - Guia de entrevista - serviços de streaming - detalhamento

O objetivo é obter uma descrição sobre o processo, a visão da pessoa sobre as fontes que utiliza (automatizadas, promocionais ou culturais) e uma visão da pessoa sobre sua função, que valores musicais ou profissionais são ativados, como a questão da descoberta.

IDENTIFICAÇÃO DO ENTREVISTADO, RELAÇÃO COM A MÚSICA/AUDIÇÃO MUSICAL

Qual sua formação profissional (nível superior, pós-graduação)? Tem alguma formação musical? É ou era ouvinte de emissoras de rádio musicais? Em caso positivo, quais?

Como define sua atividade na empresa (programador, curador, editor)?

Descrição do fluxo de trabalho

Poderia falar sobre as tarefas que desempenha na empresa e como chegou à função? Qual o objetivo dessa função? Pode descrever um dia típico de trabalho? Qual a sua percepção sobre o ambiente de trabalho?

Qual a faixa de remuneração (1 a 3 salários mínimos, 3 a 5, 5 a 10, mais de 10)?

Se é também ouvinte das playlists Como você ouve música? Qual sua principal forma de ouvir música? Que tipo de playlists você ouve?

SOBRE O PROCESSO E A MISSÃO DO TRABALHO

A diferença e a relevância entre a audição nas playlists e outras formas audição musical

Que formas de audição de música o serviço oferece além das playlists? Você vê uma diferença entre elas? Seja no perfil de público que ouve ou na forma como são produzidas? E quanto à concorrência com as outras mídias, como o rádio, como vocês percebem o papel do serviço?

Catálogo e disponibilidade

O serviço dispõe de milhões de fonogramas, como este conteúdo é priorizado/destacado nas diversas seções? Em que momentos é identificada a necessidade de criação de uma playlist?

Como e quando se identifica qual temática ou assunto que vai ser abordado? Qual o papel da playlist na mobilização dos usuários? É o consumo dominante ou há um predomínio da escuta em fluxo de seções temáticas específicas?

A produção da playlist

Pode descrever a construção de uma playlist? A última que você produziu ou alguma que você se lembre, por exemplo? Que informações são necessárias primeiro, sobre um público ou sobre um artista/gênero/música/temática?

Os tipos de informações sobre músicas e artistas - Que informações você usa para escolher uma música ou um artista para uma playlist? Existem dados mais relevantes que outros?

As fontes de informação sobre músicas e artistas

Onde você busca informações sobre artistas ou músicas? Existem informações entregues diretamente a você, sem que você precise pesquisar? Quem oferece essas informações? Você chega a pesquisar especificamente para uma playlist ou utiliza conhecimentos pesquisados no dia-a-dia? As playlists feitas pelos usuários são fonte?

Os critérios de seleção para uma determinada playlist

O que você avalia em um artista para programá-lo na playlist? O que te faz decidir? Há contatos diretos com divulgadores da indústria fonográfica? Existe algum um filtro do departamento comercial do serviço?

Os critérios que determinam a ordenação de uma playlist

Como você determina a ordem das músicas na playlist? O que faz uma música ter a posição que ela tem? Pode enumerar alguns critérios?

Os tipos de informações sobre o público

Que informações sobre o público são relevantes para você construir a playlist? Existem perfis de audição, de gosto, de horário de audição? Informações sobre amigos e gostos em redes sociais? Interações com a empresa?

As fontes de informação sobre público

De onde são obtidas informações sobre o público? Existem perfis estabelecidos automaticamente pelo serviço? Existem pesquisas externas?

SOBRE CURADORIA E MÚSICA

Fatores para avaliar a qualidade e o sucesso do seu trabalho

Que critérios você utiliza para avaliar a qualidade de uma playlist, feita por você ou por outra pessoa? E o sucesso de uma playlist produzida por você? Como você avalia que os objetivos do seu trabalho foram alcançados.

O que entende como curadoria?

Como percebe o negócio do streaming de áudio hoje? Quais as perspectivas para este mercado?