

## **Gatekeepers do Forró: uma aplicação do Modelo de Gatekeeping Digital da Música<sup>1</sup>**

Dani GURGEL<sup>2</sup>  
Universidade de São Paulo, São Paulo, SP

### **RESUMO**

Com base em estudos recentes de Datacracia, Cultura Algorítmica, Plataformização e da própria teoria dos Gatekeepers, foi proposto o Modelo de Gatekeeping Digital da Música. Como principal característica, esse modelo diferencia gatekeepers centralizados – aqueles que conseguem atingir seu público de maneira mais direta –, dos descentralizados – aqueles que dependem de engajamento nas plataformas para atingir mais usuários, e são mediados por algoritmos em maior fator. Neste trabalho, o modelo é aplicado a dois anos de dados de execução de músicas de Forró no YouTube, Spotify e Rádio.

**PALAVRAS-CHAVE:** gatekeepers; datacracia; plataformização; música; forró.

### **TEXTO DO TRABALHO**

A desestabilização da indústria musical na virada do século trouxe uma grande quantidade de novos gatekeepers – porteiros das informações – para a equação do lançamento de novas faixas musicais. Se no século XX os gatekeepers eram pequenos funis de executivos de gravadoras, lojas de discos e programadores de rádio (Hirsch, 1972), no século XXI eles passam a ser uma gama de nós em um espectro de variados tipos de pontos influenciadores do lançamento de uma faixa musical.

A Teoria dos Gatekeepers, aplicada à psicologia e à comunicação desde a primeira metade do século XX (Lewin, 2014; Shoemaker and Vos, 2009; White, 1950), teve novos desenvolvimentos no século XXI, passando a considerar o público como gatekeeper, e propondo o processo de gatekeeping como cíclico (Wallace, 2017).

Com base em estudos recentes de Datacracia (Radfahrer, 2018), Cultura Algorítmica e Plataformização (Beer, 2017; Morris, 2020; Nieborg and Poell, 2018; Prey,

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GP Comunicação, Música e Entretenimento, XXII Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 45º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Doutoranda e Mestre do PPGCOM da ECA-USP, e docente coordenadora do Centro Universitário Senac Lapa Scipião, e-mail: danigurgel@usp.br.

2018; Seaver, 2017; Van Dijck et al., 2018), e da própria teoria dos Gatekeepers, foi proposto o Modelo de Gatekeeping Digital da Música (Gurgel, 2020; Gurgel et al., 2020). Como principal característica, esse modelo diferencia gatekeepers centralizados – aqueles que conseguem atingir seu público de maneira mais direta –, dos descentralizados – aqueles que dependem de engajamento nas plataformas para atingir mais usuários, e são mediados por algoritmos em maior fator. Este modelo também diferencia gatekeepers das plataformas nas quais eles navegam, como por exemplo grandes canais do YouTube (centralizados) de pequenos (amadores individuais), e playlists com curadoria de playlists algorítmicas. O desenvolvimento e a primeira aplicação do modelo fazem parte da pesquisa de doutorado da autora, em andamento.

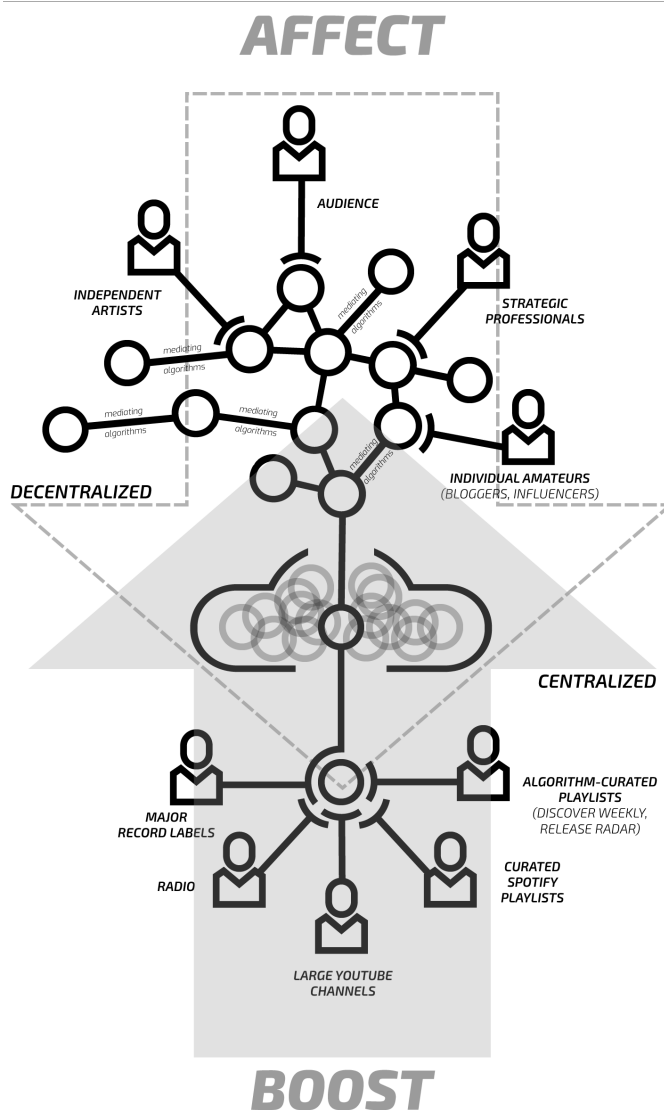


Figura 1 Modelo de Gatekeeping Digital da Música (Gurgel et al., 2020)

Para testar a aplicação do Modelo de Gatekeeping Digital da Música, foi utilizada uma base de dados abrangente da indústria musical brasileira, para que a análise não ficasse dependente da autorização individual de compartilhamento de dados sigilosos de artistas. Enquanto os valores de faturamento e os dados de serviços como Spotify for Artists são sigilosos e exclusivos aos proprietários dos fonogramas, as execuções em serviços de streaming ficam registradas de forma pública e podem ser obtidas através das suas APIs<sup>3</sup>.

Essas informações são coletadas pela empresa Playax, que oferece um serviço de monitoramento de performance de artistas através de mídias tradicionais, serviços de streaming e redes sociais. Enquanto ela trabalha com as APIs dos serviços digitais para coletar estatísticas de execução das faixas, também roda seu próprio sistema de identificação de fonogramas no sinal transmitido por emissoras de rádio e televisão, com a tecnologia audio-fingerprinting<sup>4</sup>, registrando também essas execuções no banco de dados.

A Playax oferece seu serviço tanto para artistas e profissionais da música, que desejam monitorar a performance de seus próprios trabalhos, quanto para empresas que utilizam música e contratam artistas, como contratantes de shows, marcas e emissoras de rádio e televisão. Entre seus clientes são citados Universal Music, Warner Music e F&S Produções, no grupo que monitora seus próprios fonogramas, e também a Rede Globo, Time4Fun, Mix FM e Globosat, no grupo que utiliza o serviço para avaliar a seleção ou não de artistas para suas produções<sup>5</sup>.

A base de dados da Playax foi escolhida para a aplicação do Modelo por sua larga abrangência na indústria musical brasileira, possibilitando o fornecimento de dados de uma grande quantidade de artistas, consolidando sua performance em streaming e mídia tradicional para identificação do processo de gatekeeping através do Modelo. A Playax forneceu os dados em formato CSV, em intervalo semanal, abrangendo um período de 2

---

<sup>3</sup> API é a sigla em inglês para Interface de Programação de Aplicações, processos que possibilitam a utilização de funcionalidades de serviços diretamente por outros aplicativos.

<sup>4</sup> A Playax explica, em seu site, que: “Utilizamos uma tecnologia chamada ‘audio-fingerprinting’. Se você já usou o aplicativo Shazam sabe do que estamos falando. Essa tecnologia analisa a própria gravação, e gera um identificador baseado nas características acústicas da música. Enquanto “ouvimos” as rádios, TVs, sites e apps, comparamos o áudio captado com esse identificador. Se eles forem iguais, a música é identificada. A taxa de acertos é superior a 99%.”. Disponível em < <https://playax.zendesk.com/hc/pt-br> >. Acesso em 29 Jan 2021.

<sup>5</sup> Disponível em < <https://www.playax.com/> >. Acesso em 29 Jan 2021.

anos: de 1/2018 a 12/2019. São aproximadamente 22 milhões de linhas de conteúdo, em um arquivo de aprox. 2Gb. Transpõem-se aqui as colunas da base de dados em linhas para melhor descrever seu conteúdo.

Nome da coluna	Exemplo	Descrição
right_holder_id	335133	Número que identifica o artista.
date	2019-12-27	Data de início da semana sobre a qual a linha apresenta as medições
<b>Contagem de execuções de fonogramas</b>		
radio_plays	219	Execuções de faixas do artista em rádio
web_plays	298949	Execuções de faixas do artista em webrádio
spotify_plays	1423530	Execuções de faixas do artista no Spotify
knowledgegraph_plays	23183	Execuções de fonogramas do artista no YouTube, independente do canal de publicação, só no Brasil. Por ser baseado no fonograma, este será o indicador preferencial para o estudo das execuções no Youtube.
<b>Métricas adicionais de popularidade em streaming</b>		
youtube_followers	187	Seguidores no YouTube
deezer_followers	270628	Seguidores no Deezer
spotify_followers	209926	Seguidores no Spotify
spotify_active_audience	135135	Quantidade de ouvintes únicos (unique listeners) que o artista teve no Spotify.
<b>Métricas de redes sociais</b>		
facebook_followers	128715	Seguidores no Facebook
twitter_followers	60307	Seguidores no Twitter
instagram_followers	31442	Seguidores no Instagram
facebook_active_audience	261	Quantidade de usuários que interagiram com sua página no Facebook.
twitter_active_audience	0	Quantidade de usuários que interagiram com seu perfil no Twitter
instagram_active_audience	1023	Quantidade de usuários que interagiram com seu perfil no Instagram
youtube_plays	56	Execuções de vídeos do artista seu próprio canal do YouTube, global. Inclusos aqui estão os vídeos do canal do artista que não contenham fonogramas ou mesmo que não sejam musicais, portanto foi classificado para esta pesquisa como um indicador de redes sociais.
<b>Cálculo do Índice de Audiência Playax</b>		
radio_active_audience	2,82969	Cálculo próprio da Playax da audiência em rádio do artista naquele período, levando em conta indicadores como a potência da antena, população da região e horário de transmissão das faixas.
playax_streaming	0,0814064	Cálculo próprio da Playax que posiciona o artista em um ranking a partir de uma composição entre dados de streaming.
playax_social	0,00347562	Cálculo próprio da Playax que posiciona o artista em um ranking a partir de uma composição entre dados de redes sociais.
playax_internet	0,0814083	Cálculo próprio da Playax que posiciona o artista em um ranking a partir de uma comparação entre os cálculos de streaming e redes sociais.
playax_playax	0,415055	Cálculo próprio da Playax que posiciona o artista em um ranking a partir de uma composição entre dados de streaming, redes sociais e rádio, apresentada em seu serviço como o Índice de Audiência Playax.

Tabela 1 Colunas da base de dados da playax transpostas em linhas para descrever cada valor.

Quando uma faixa é tocada em uma rádio, ela alcança uma maior quantidade de ouvintes do que quando ela é executada no YouTube ou no Spotify. Ainda dentro das rádios, uma execução durante a madrugada em uma pequena estação alcançará um público diferente do que se fosse em uma grande emissora, em um horário de pico de audiência. A Playax criou uma fórmula de ranqueamento de artistas dentro da sua plataforma de acordo com esse tipo de métricas, ponderando as execuções de uma faixa de acordo com o contexto e o canal na qual ela aconteceu. Esse cálculo consta na base de dados na coluna `radio_active_audience`.

Cálculos análogos a esse para streaming (`playax_streaming`) e redes sociais (`playax_social`) também fazem parte da base, e a composição destes dois forma a métrica `playax_internet`, que indica se um artista tem audiência nas redes sociais de maneira proporcional às execuções de música. Um exemplo dado pela própria Playax é de artistas que compartilhem conteúdo não relacionado a sua música em redes sociais e tenham bastante engajamento por conta deles ou, no sentido oposto, artistas que tenham muitas execuções mas não estejam presentes nas redes sociais (Playax and Mega, 2018). A composição de todos esses indicadores é a base para o que eles intitulam Índice de Audiência Playax (`playax_playax`), que faz um ranqueamento dos artistas através de métricas desproporcionais, com o objetivo de apresentar de maneira mais organizada o status de um artista em relação ao mercado brasileiro da música.

A estrutura do índice

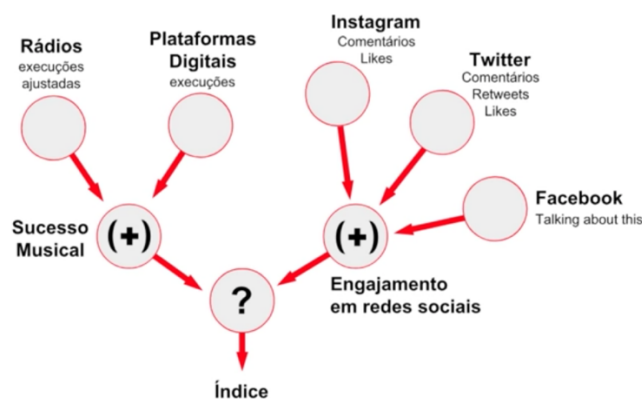


Figura 2 Estrutura do Índice de Audiência Playax. Fonte: (Playax and Mega, 2018)

Na base de dados principal, os artistas são identificados por um código numérico, no campo `right_holder_id`. Essa base continha originalmente 21.822.019 linhas totais, cada uma sendo o conjunto de 20 medições por artista numa determinada semana, marcadas na data da sexta-feira. Ou seja, das 22 colunas da base, as duas primeiras identificam o `right_holder_id` e a semana dessas métricas específicas, havendo múltiplas linhas para o mesmo artista, cada uma com as métricas de uma semana específica. Esta base será identificada como “base semanal”.

A Playax forneceu uma base adicional, na qual o `right_holder_id` é identificado em pseudônimo e gênero musical. Essa tabela será identificada em diante como “tabela de identificação”, que originalmente continha 650.885 linhas, com 21 colunas.

Importante notar que não faz parte do escopo desta pesquisa a definição do que é um gênero musical, ou a classificação de um artista em um gênero ou outro. Foram utilizados os gêneros definidos na própria plataforma da Playax, que foram (i) cadastrados pelos próprios artistas se, em algum momento, utilizaram a versão gratuita ou paga do serviço; ou (ii) absorvidos de outros serviços com os quais a Playax tenha trabalhado.

O primeiro passo foi a limpeza e integração das bases, que carregavam linhas de informações repetidas ou que não se aplicam a esta pesquisa. Para ela, são essenciais apenas as informações do pseudônimo e gênero musical de cada `right_holder_id`. A limpeza inicial foi feita utilizando o programa IBM SPSS. Na tabela de identificação, foram removidas as duplicatas e colunas que não se aplicam a esta pesquisa especificamente, como identificação do artista no ECAD e em sociedades internacionais, e outros campos específicos dos serviços da Playax como data de cadastro na plataforma, data de atualização, etc.

Nome da coluna	Linha exemplo	Qt. de valores únicos	Descrição
<code>right_holder_id</code>	589875	673.190	Número que identifica o artista
<code>name.pseudos</code>	Tyketto	643.449	Pseudônimo cadastrado na Playax. Alguns fonogramas identificados não têm as informações completas do artista.
<code>genre</code>	Hard Rock	94	Gênero específico do artista cadastrado na Playax, daqui em diante mencionado como "gênero específico".
<code>root_genre</code>	Rock	24	Gênero do artista um nível acima na taxonomia de gêneros, daqui em diante mencionado como “gênero”.

Tabela 2 Colunas da base adicional que descreve os artistas, transpostas em linhas para descrever cada valor.

Enquanto os cálculos principais para a aplicação do Modelo de Gatekeeping Digital da Música serão realizados com as contagens cruas de execuções de faixas dos artistas (radio\_plays, spotify\_plays, youtube\_plays), as métricas de redes sociais poderão servir como indicadores adicionais para os casos escolhidos para análise detalhada, e os cálculos do Índice de Audiência Playax servirão para a filtragem inicial dos dados.

Com ambas as bases organizadas, foi calculado um índice de crescimento para selecionar os artistas a serem analisados. A média do Índice de Audiência Playax daquele artista ao longo do período completo foi dividida pela primeira medida do Índice, para cada artista. Esse cálculo demonstra a proporção entre a média do artista no período e o seu valor inicial. Quanto maior o valor, mais o artista cresceu em relação à primeira semana de 2018. Com esse cálculo realizado individualmente por artista, foram selecionados para análise aqueles que estivessem dentro dos seguintes termos:

- no mínimo 26 semanas de medições (equivalente a 6 meses);
- máximo de 20% de campos vazios ou com valor zero;
- dentro dos 10.000 artistas com maior média do Índice de Audiência Playax;
- dentro dos 1.000 artistas com maior média do Índice de Audiência Playax dentro do gênero musical;
- dentro dos 100 artistas com maior crescimento dentro do gênero de acordo com o cálculo da média no período dividida pela primeira medida do Índice de Audiência Playax.

A partir dessa seleção foi possível iniciar o processo manual de transposição das séries temporais em personas relativas aos caminhos de navegação do Modelo de Gatekeeping Digital da Música. Ao longo do desenvolvimento desta pesquisa, cada etapa tem indicado a pluralidade de caminhos percorridos no Modelo. Nesta grande variedade de caminhos possíveis, os gêneros musicais parecem agregar artistas com caminhos similares percorridos. Ainda que não sejam normas ou padrões de navegação do Modelo, a similaridade de caminhos indica os pontos de permeabilidade, de abertura a novas escutas, do público de cada gênero musical.

### **Funk Brasileiro e Sertanejo**

Uma primeira versão desta análise estatística com base no Modelo de Gatekeeping Digital da Música foi produzida em 2019, e publicada em forma de capítulo de livro (Gurgel et al., 2020). Com uma amostragem um pouco menor, foi possível identificar

padrões com destaque nos dois gêneros selecionados à época, o Funk Brasileiro<sup>6</sup> e o Sertanejo.

Dentro do Funk Brasileiro, foi analisada a ascensão da artista *MC Loma & as Gêmeas da Lacerção*, com produção e lançamento primeiro independente e depois pelo KondZilla. A faixa de produção amadora “Envolvimento”<sup>7</sup> que, em uma semana de Janeiro de 2018, foi de uma média de 500 mil para 3 milhões de visualizações diárias, foi rapidamente substituída por uma grande produção de KondZilla, que atingiu 11.8 milhões de visualizações no primeiro dia<sup>8</sup> em Fevereiro seguinte. A série temporal da artista revelou como a explosão da faixa foi puxada pelo YouTube, primeiro por conta própria e depois com KondZilla (Figura 3). A faixa havia iniciado com um processo descentralizado, mas atinge seu ápice quando passa por um gatekeeper centralizado, o lançamento com o grande produtor KondZilla. O processo é aplicado ao Modelo na Figura 4.



Figura 3 Série temporal de MC Loma & as gêmeas da lacerção

<sup>6</sup> A denominação Funk Brasileiro serve para separá-lo do Funk norte-americano nas classificações, entendendo que o nome de “Funk Carioca” não é mais representativo do gênero, que hoje é produzido em diversas regiões do país.

<sup>7</sup> O vídeo totalizava 47,5 milhões de visualizações em Novembro de 2018. Disponível em <<https://youtu.be/pOpyq-T4fnQ>>. Acesso em 30 Nov 2018.

<sup>8</sup> Contagem de visualizações diárias obtida pelos gráficos disponibilizados pelo próprio YouTube. Disponível em <[https://charts.youtube.com/artist/%2Fg%2F11f3\\_q6my0?date\\_end=2018-11-27T00%3A00%3A00Z](https://charts.youtube.com/artist/%2Fg%2F11f3_q6my0?date_end=2018-11-27T00%3A00%3A00Z)>. Acesso em 30 Nov 2018.



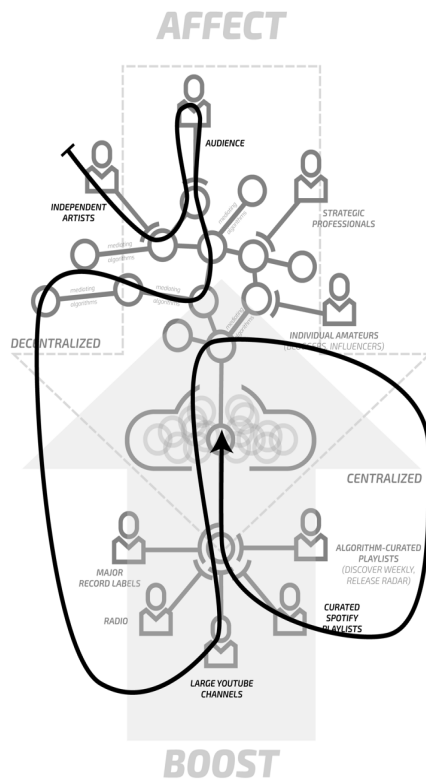


Figura 4 Sugestão de aplicação dos ciclos de gatekeeping de MC Loma ao Modelo

Os caminhos dos artistas de Sertanejo indicam outros mecanismos de gatekeeping como principais – as playlists do Spotify e a rádio. Dentro das séries temporais do gênero, foi comum encontrar artistas que começaram sua trajetória no Spotify, seguindo para o YouTube e a rádio nos meses seguintes. Porém, suas séries também indicam picos isolados nas execuções de rádio que não se sustentam nem parecem se relacionar com outros mecanismos. Esse desenho sugere a utilização de profissionais estratégicos e de práticas como pagamento de jabá nas rádios (Gambaro et al., 2018) e anúncios no YouTube. Os artistas sertanejos, então, tiveram uma maioria de caminhos iniciados através de gatekeepers centralizados e profissionais estratégicos (Figura 5).

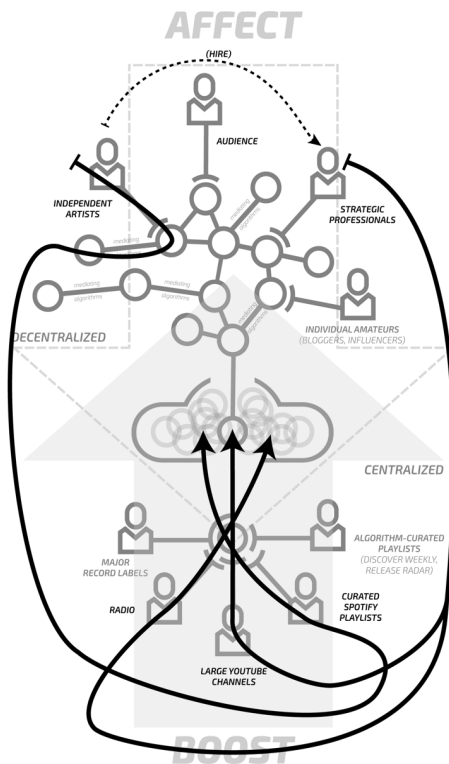


Figura 5 Caminho de Lucca & Mateus aplicado ao Modelo de Gatekeeping Digital da Música

## Forró

A análise dos artistas de Forró possibilitou a identificação de uma divisão dentro do gênero, com duas personas principais quanto aos seus caminhos de navegação do Modelo de Gatekeeping Digital da Música: artistas já estabelecidos e artistas novos.

Artistas já estabelecidos no gênero são aqueles que iniciaram sua carreira em algum ponto do século XX, em tempos de divulgação não-digital e que, mesmo que não tenham alcançado o topo das paradas de sucesso, desenvolveram a maior parte de sua carreira divulgando sua música através dos gatekeepers do século XX. Esses artistas, já conhecidos no meio, viajam em turnê pelo país tocando em eventos e casas especializadas e integram as listas de programação de rádio de maneira mais orgânica do que os picos do Sertanejo, potencializadas pelos shows nas cidades das emissoras e pela sazonalidade das festas de São João.

Alguns artistas têm várias décadas de carreira, como Marinês, cantora paraibana que integrou o grupo de Luiz Gonzaga é conhecida como a "Rainha do Xaxado" e "Mãe da música Nordestina". Marinês tem índices expressivos na rádio e no YouTube, mas não tem nenhum fonograma registrado em seu nome no Spotify.

Dentro dessa categoria também estão artistas bem mais novos como o alagoano Geninho Batalha, cujas medições são próximas a zero até Junho e Julho de 2018, quando ele tem um pico na rádio, possivelmente relacionado ao São João. Dali em diante, ele segue do rádio para o YouTube e só em Janeiro de 2019 tem um aumento significativo no Spotify. Porém, o início de Batalha havia sido muito anterior a seus registros na base, tendo realizado show com cachê de R\$33 mil em 2017 (Rodrigues, 2018).

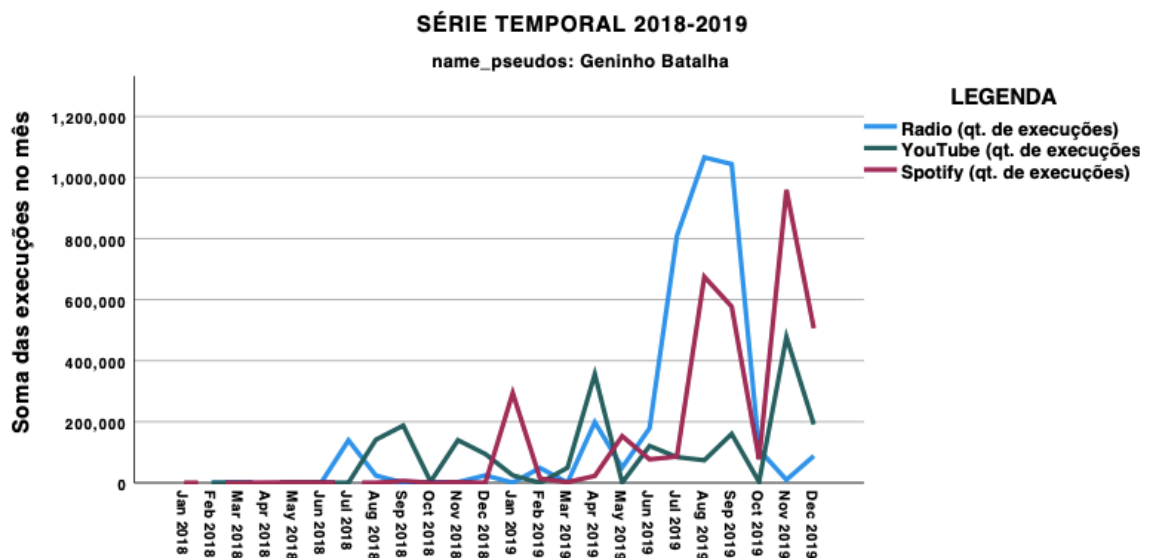


Figura 6 Série temporal de Geninho Batalha

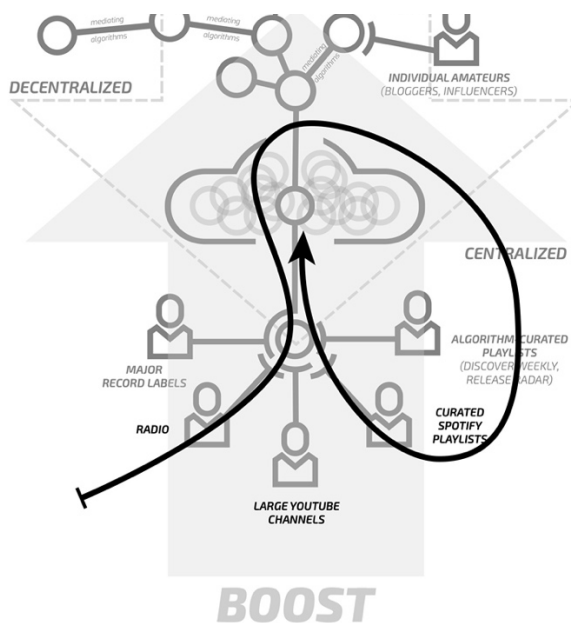


Figura 7 Caminho de Geninho Batalha no modelo

Artistas bastante novos, por outro lado, tiveram sua ascensão empurrada por plataformas digitais. O cearense Wallas Arrais, que segundo seu perfil do Spotify é "a nova cara do forró", lançou singles com participações especiais diferentes ao longo de 2018 e 2019, cada uma com um pico de execuções respectivo no Spotify. Enquanto os picos no Spotify podem ser correlacionados a lançamentos fonográficos, suas execuções de rádio vêm tardiamente em relação às outras plataformas e seu rápido declínio sugere a possibilidade de jabá ou que seja apenas de uma faixa com uma participação específica.

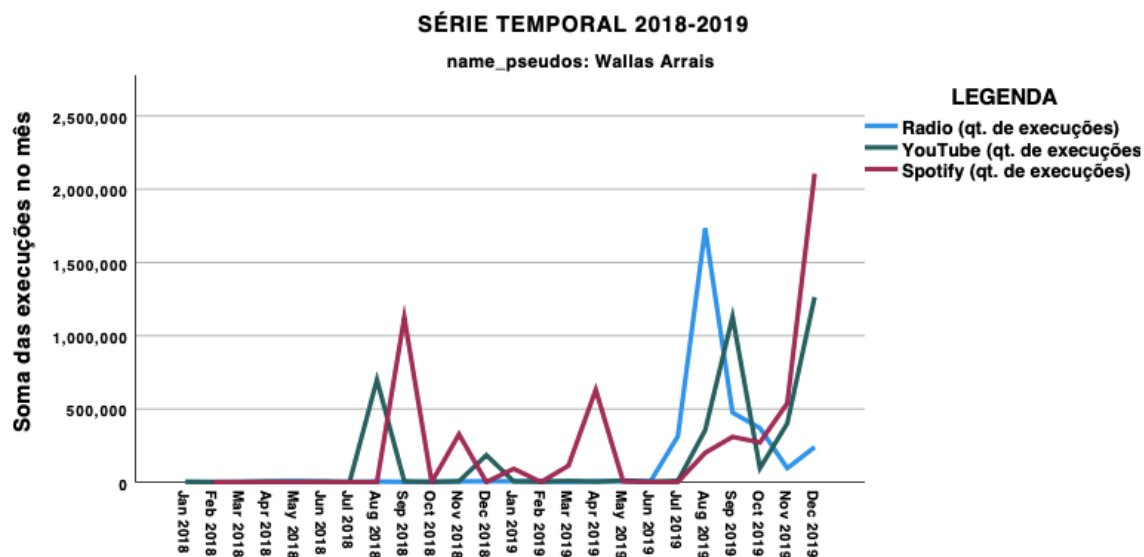


Figura 8 Série temporal de Wallas Arrais

O mineiro Thiago Jhonathan (TJ) também faz seu caminho de maneira primariamente digital, acompanhado pela rádio no plano secundário. Em novembro de 2019 ele tem seu pico de execuções no Spotify e no YouTube, que coincide com um vale sem registros de execuções na rádio.

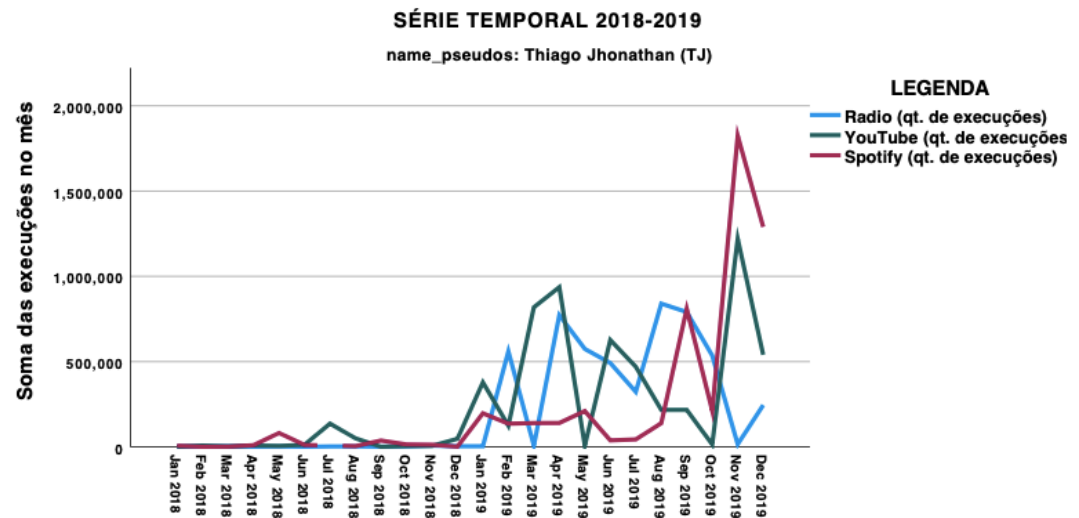


Figura 9 Série temporal de Thiago Jhonathan (TJ)

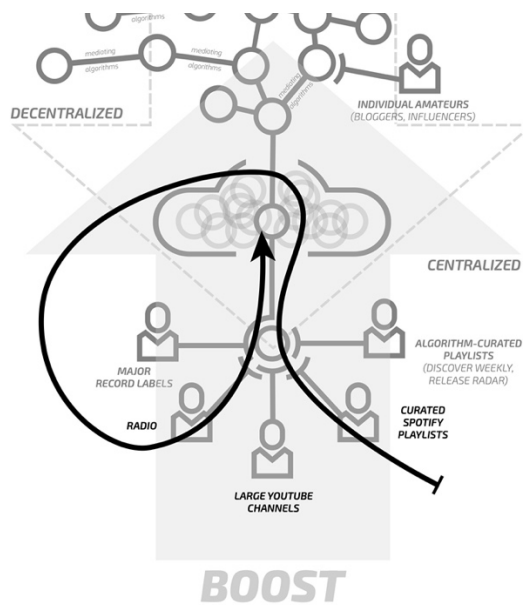


Figura 10 Caminho de Thiago Jhonathan (TJ) no Modelo

### Considerações finais

Esta análise específica ao gênero do Forró faz parte de um trabalho mais extenso em desenvolvimento, parte da pesquisa de doutorado da autora. Mais do que indicar um padrão específico para a navegação das faixas do Forró através das plataformas, este recorte tem por objetivo utilizar a contraposição entre o Forró e as análises prévias do Sertanejo e do Funk Brasileiro para demonstrar a grande variedade de possibilidade de caminhos possíveis no Modelo de Gatekeeping Digital da Música. Dentro do mesmo

gênero foi encontrada uma pluralidade de caminhos que impossibilita a generalização das estratégias do gênero.

O trabalho caminha para reforçar que, ainda que caminhos similares sejam possíveis e relativamente comuns dentro de determinados gêneros musicais, cada artista e cada faixa musical podem ter um caminho totalmente diferente do que poderia ser esperado dentro do Modelo de Gatekeeping Digital da Música.

## REFERÊNCIAS

- Beer D (2017) The social power of algorithms. **Information Communication and Society** 20(1). Taylor & Francis: 1–13. DOI: 10.1080/1369118X.2016.1216147.
- Gambaro D, Vicente E and Ramos TS (2018) A divulgação musical no rádio brasileiro: da “caitituagem” aos desafios da concorrência digital. **Revista Contracampo** 37(2). DOI: 10.22409/contracampo.v0i0.1112.
- Gurgel D (2020) Datacracia na indústria Musical: quando todos somos gatekeepers e produzimos música como as plataformas pedem. In: **Virtualização da vida : XIII anais do Simpósio Nacional da ABCiber**, Rio de Janeiro, 2020. UFRJ. Available at: <https://abciber.org.br/simposios/index.php/abciber/abciber13/paper/view/1399> (accessed 14 June 2021).
- Gurgel D, Radfahrer L, Bessa AR, et al. (2020) Digital music gatekeeping: a study on the impact of Spotify playlists and YouTube channels on the Brazilian music industry. In: Burkart P (ed.) **Spotifyfication of Popular Culture in the Field of Popular Communication**. New York: Routledge, pp. 78–99. DOI: 10.4324/9781003039440-6.
- Hirsch PM (1972) Processing Fads and Fashions : An Organization-Set Analysis of Cultural Industry Systems. **The American Journal of Sociology** 77(4): 639–659. Available at: <http://www.jstor.org/stable/10.2307/2776751>.
- Lewin K (2014) Psychological ecology. In: Gieseeking J, Mangold W, Katz C, et al. (eds) **The People, Place, and Space Reader**. London: Routledge, pp. 17–21.
- Morris JW (2020) Music Platforms and the Optimization of Culture. **Social Media and Society** 6(3). DOI: 10.1177/2056305120940690.
- Nieborg DB and Poell T (2018) The platformization of cultural production: Theorizing the contingent cultural commodity. **New Media and Society** 20(11): 4275–4292. DOI: 10.1177/1461444818769694.
- Playax and Mega G (2018) **Como funciona o Índice de Audiência Musical da Playax?** - YouTube. Available at: [https://www.youtube.com/watch?v=e\\_NvAiDY6eQ](https://www.youtube.com/watch?v=e_NvAiDY6eQ) (accessed 31 January 2021).
- Prey R (2018) Nothing personal: algorithmic individuation on music streaming platforms. **Media, Culture and Society** 40(7): 1086–1100. DOI: 10.1177/0163443717745147.
- Radfahrer L (2018) O meio é a mediação: uma visão pós-fenomenológica da mediação datacrática. **MATRIZES** 12(1). Universidade de Sao Paulo Sistema Integrado de Bibliotecas - SIBiUSP: 131. DOI: 10.11606/issn.1982-8160.v12i1p131-153.
- Rodrigues J (2018) **Show de Geninho Batalha custa R\$ 33 mil aos cofres públicos de Senador Rui Palmeira**. Available at: <https://correionoticia.com.br/noticia/cidades/show-de-geninho-batalha-custa-rs-33-mil-aos-cofres-publicos-de-senador-rui-palmeira/31/20018> (accessed 19 July 2022).
- Seaver N (2017) Algorithms as culture: Some tactics for the ethnography of algorithmic systems. **Big Data and Society** 4(2): 1–12. DOI: 10.1177/2053951717738104.

- Shoemaker P and Vos T (2009) **Gatekeeping Theory**. New York: Routledge.
- Van Dijck J, Poell T and Waal M de (2018) **The Platform Society: Public Values in a Connective World**. Oxford: Oxford University Press.
- Wallace J (2017) Modelling Contemporary Gatekeeping. **Digital Journalism** 6(3): 274–293.  
DOI: 10.1080/21670811.2017.1343648.
- White DM (1950) The “Gate Keeper”: A Case Study In the Selection of News. **Journalism Quarterly** 27(4): 382–394.