

Se vc gosta de Madonna também vai gostar de Britney! Ou não?¹

Gêneros, gostos e disputa simbólica nos Sistemas de Recomendação Musical

Simone Pereira de Sá²

Resumo: *O trabalho tem por foco central os sistemas de recomendação musical – “rádios” online , que tentam antecipar os gostos do consumidor a fim de recomendar novas músicas de maneira personalizada. Partindo da premissa de que os sistemas de recomendação estão lidando com uma questão extremamente complexa e ao mesmo tempo central ao campo da música popular-massiva, que é a das práticas de classificações e da disputa simbólica em torno de noções tais como a de gênero musical, busca-se entender a lógica de classificação destes sistemas. Assim, na primeira parte, o artigo aborda brevemente a história dos sistemas de recomendação e as diferentes metodologias usadas por eles para filtrarem informação e construir padrões, discutindo ainda o papel das tags produzidas pelos usuários. Para, a seguir, a partir de uma breve análise da plataforma social Last.Fm, discutir aspectos da experiência que estes sistemas oferecem para seus ouvintes, onde o argumento é o de que eles representam um modelo central para as estratégias de remonetização da música nas redes digitais.*

Palavras-Chave: *Sistemas de recomendação musical – Last.FM – Redes Sociais*

1. Apresentação³

“Se você gostou de X também vai gostar de Y”. Nas inúmeras vezes em que buscamos informações sobre produtos ou realizamos uma compra num *site* e recebemos este tipo de informação, estamos lidando com um sistema de recomendação.

Sistemas de recomendação são, pois, exatamente aquilo que a expressão sugere. Definidos de maneira simples, tratam-se de softwares, também chamados de agentes inteligentes, que tentam antecipar os interesses do consumidor no ambiente digital e prever seus gostos, a fim de recomendar novos produtos.

São portanto, nos termos de Latour (1992), mediadores ou tradutores aos quais delegamos a tarefa de nos dar dicas, sugestões e indicações culturais no universo de excesso de ofertas das redes digitais. Incluídos na categoria de filtros de informação, eles

¹ Trabalho apresentado ao Grupo de Trabalho Comunicação e Cibercultura, do XVIII Encontro da Compós, na PUC-MG, Belo Horizonte, MG, em junho de 2009.

² UFF, sibonei@terra.com.br

³ Este trabalho é fruto de pesquisa em andamento, financiada pelo CNPq, e do estágio pós-doutoral (McGill Univ.-2008), financiada pela CAPES.

complementam a atuação de buscadores como o popular *Google*, localizando a informação que você *não* sabe que procura.

No universo de consumo musical – foco central de minha discussão neste artigo - os sistemas de recomendação têm desempenhado um papel mediador de crescente relevância. Last.FM, Pandora, Jango, diversos são os sites que propiciam uma forma de distribuição musical personalizada, que, segundo seus criadores, vai além da classificação por gêneros musicais e da “mesmice” das rádios ou da indústria fonográfica. (Freire;2007). Continuando a usar a metáfora da delegação, neste caso o sistema pode ser pensado como um agente que desempenha simultaneamente o papel daquele amigo que compartilha gostos musicais e em cuja opinião você confia; mas também do Dj de rádio ou do crítico musical especializado, que ocupa(va)m, dentro da cultura da música popular-massiva, o papel tradicional de distinguir o joio do trigo.

Não por acaso, estes softwares têm sido vistos como ferramentas importantes para as novas formas de comércio e marketing na Rede, popularizadas na expressão *Cauda Longa* (Anderson,2006).No momento em que produção, distribuição e armazenamento de música não são mais problema, é a seleção que pode fazer a diferença.

Interatividade e customização,são, como sempre no mundo digital, as categorias centrais do discurso dos desenvolvedores destes serviços, que prometem assim “a mais” em relação às mídias tradicionais para as diferentes partes envolvidas no processo. De um lado, os novos artistas, músicos e produtores que terão seu trabalho apresentado “às pessoas certas”. De outro, os consumidores, que encontrarão também a música – em especial a nova música – que gostariam de ouvir, livres das amarras da indústria fonográfica e suas formas obsoletas de classificação. (Freire;2007)

Outras ferramentas complementam esta escuta personalizada e segmentada, dentre elas a possibilidade de participar de redes sociais, blogs, listas e comunidades, além dos recursos que traduzem os gostos do usuário, tais como as estratégias de *tagging* – etiquetagem de uma música por parte do usuário a partir de categorias subjetivas. Classificações que traduzem a noção de folksonomia – entendida como uma *taxonomia do sujeito*, conforme, dentre outros, Marlow (2006) e no âmbito brasileiro, Aquino & Amaral (2008).

Creio que esta breve apresentação já nos permite vislumbrar a importância do estudo destes sistemas, que podem ser pensados como uma classe de artefatos culturais (Sterne,

2004) que produzem um conjunto de relações sociais e materiais específicas, contribuindo assim para compreendermos aspectos da cultura áudio-digital.

Importância que contrasta com a ainda incipiente – ainda que estimulante - literatura acadêmica sobre o assunto. Até onde pude observar, o debate sobre esta temática tem sido dominado pelos estudos de ciência da informação, computação, marketing e consumo – que têm em comum a indagação sobre a eficiência dos sistemas e como torná-los mais precisos, acurados e amigáveis. Assim, testes de eficácia e discussões sobre o aprimoramento dos parâmetros e algoritmos ocupam o centro das discussões. (Ansari et al;2000, Berenzweig et al; 2004, Fox;2007, Herlocker et al;2001, Sordo et al;2008)

Por outro lado, os trabalhos que se interessam pelos sistemas de recomendação dentro de nossos estudos de comunicação e cibercultura focam a discussão, predominantemente, em torno de sua dimensão social – seja no estudo de Baym (2008), que discute os laços de amizade que se formam a partir da plataforma Last.FM, seja na discussão de Amaral(2007) sobre a utilização de taggings pela sub-cultura electro-industrial na plataforma Last.FM, seja na discussão de Amaral & Aquino (2008) sobre folksonomia, abordando as taggings – também dentro da plataforma da Last.FM, ou ainda a de Leão & Prado (2007) sobre as potencialidades do sistema na criação de redes e inteligência coletiva.

Com objetivo diferente, cabe mencionar a discussão de Freire (2007), que analisa o discurso dos proprietários de quatro sistemas de recomendação, problematizando o argumento de que estes sistemas são “versões melhoradas do rádio”.

Como um bom objeto pode ser percebido pela riqueza de questões que suscita, vou tentar um caminho distinto, que obviamente se beneficiou das discussões supra-citadas.

Assim, contrariamente a toda uma tradição de estudos da cibercultura que afirma que a Internet aboliu os processos de mediação, instaurando uma relação direta entre produtores e consumidores, meu argumento é o de que uma rede, altamente sofisticada e repleta de novos mediadores faz-se necessária para navegarmos por este universo.

Neste contexto, como já disse, meu interesse por este tipo de sistema se dá, prioritariamente, por percebê-lo como um mediador fundamental entre os diversos agentes do campo musical, cujo desafio é o de antecipar tendências.

Isto não significa que desconsidero as reconfigurações em curso. Pelo contrário. Conforme já discuti anteriormente, é inegável que toda a cadeia de produção, circulação e consumo da música foram afetadas pelas tecnologias surgidas a partir da cibercultura.

Entretanto, se não perdermos de vista a noção de que o campo musical se constitui por agentes em disputa (Bourdieu; 1989;2007) é preciso reconhecer que a indústria da música perdeu terreno num primeiro momento; mas, após respirar fundo, mergulhou de cabeça na busca de formas de re-monetizar e de dar concretude a esta experiência de fruição musical dentro do universo digital. E, que o florescimento dos sistemas de recomendação parece traduzir este momento.

Ao mesmo tempo, estou partindo da premissa de que os sistemas de recomendação estão lidando com uma questão extremamente complexa e central ao campo da música popular-massiva, que é a das práticas de classificações. Desta maneira, ao refletir sobre eles, retornamos à discussão sobre valores e gostos (Bourdieu; 1989; Thornton;1997) e da disputa simbólica em torno de noções tais como a de gênero musical (Frith;1998; Janotti Jr; 2003) – categoria mais tradicional de classificação no universo da música popular-massiva.⁴

Assim, tentando resumir brevemente uma longa discussão inspirada pela sociologia do gosto de Bourdieu e seus desdobramentos no campo de música, o ponto a demarcar é que os processos de rotulação não são neutros. Qualquer sistema de classificação supõe comparação e valoração sobre qualidade. Desta maneira, categorias tais como “gênero musical” vão além de seu caráter técnico, musical ou mercadológico, desempenhando um importante papel mediador para os diferentes grupos envolvidos na produção e recepção da música (Janotti Jr, 2003).

Longe do suposto consenso, o que uma categoria tal como *heavy metal* ou *rock clássico* aciona é uma disputa simbólica entre os diversos grupos envolvidos na fruição deste gênero em torno da classificação “mais verdadeira”, leia-se, com maior autoridade cultural dentro do campo. E, claro, diferentes agentes vão impor sua opinião a partir de uma violência simbólica que resulta de sua autoridade e seu lugar dentro do próprio campo.

Neste sentido, me parece importante entender a lógica de classificação dos sistemas de recomendação e como eles lidam com a questão acima.

Como eles recomendam, qual a metodologia e os critérios para a eleição de similaridades musicais e como estas recomendações tensionam a noção de gênero musical?

⁴ Neste artigo, utilizo a noção de campo num sentido mais flexível e próximo de senso comum do que Bourdieu e Janotti Jr, nos textos supra-citados, por crer que adotar esta noção para o universo da música popular-massiva requer uma discussão que não cabe nos limites deste artigo.

E ainda, como as recomendações são recebidas e acolhidas e como se constrói distinção e capital simbólico (Bourdieu;2007) a partir deste sistema - categorias que constituíram-se como pilares da experiência de consumo musical na modernidade - uma vez que os elementos centrais de qualquer sistema de recomendações são confiança, credibilidade e a autoridade cultural de quem recomenda?

Estas são as questões que pretendo explorar neste texto, em diálogo com a sociologia do gosto e da discussão de Latour (1992) sobre atores humanos e não-humanos constituindo as redes socio-técnicas.

Assim, primeiramente, abordo brevemente a história dos sistemas de recomendação e as diferentes metodologias usadas por eles para filtrarem informação e construírem padrões, discutindo ainda o papel das *tags* produzidas pelos usuários, buscando já responder às questões acima enunciadas. A seguir, tomo a plataforma social Last.Fm com exemplo para aprofundamento da discussão sobre aspectos da experiência que estes sistemas oferecem para seus ouvintes.

2.Comparando metodologias nos sistemas de recomendação

É claro que podemos identificar sistemas de recomendação muito anteriores à popularização dos computadores, Internet e da cultura digital, seja, de maneira informal, na rede de amigos que compartilham descobertas, seja, dentro do mercado, no esforço das empresas em traçar um perfil do comportamento dos seus consumidores.

Entretanto, meu ponto de partida são os softwares desenvolvidos para o computador a partir da década de 90 e que têm como marco o projeto Tapestry, criado em 1992 por Goldberg, Nichols, Oki and Terry, cuja função era filtrar e-mails do newsgroup. A ele, seguem-se a partir de 1994 os desenvolvimentos do grupo de Resnick, Herlocker, Riedl and McNee, chamado de GrupsLen na Universidade de Minnesota e que produziram importantes relatos de seus problemas e questões no desenvolvimento deste tipo de software. (Fox, 2007)

Em comum, estes primeiros sistemas compartilhavam o mesmo método de classificação - ainda hoje um dos mais populares e base do bem sucedido sistema da Last.FM⁵ - baseado na *filtragem colaborativa*.

⁵ De origem no Reino Unido, a Last.Fm foi criada em 2002 e comprada pela CBS em 2007 e atualmente agrega cerca de 15 milhões de usuários ao redor do mundo. (in www.last.fm)

Aqui, a idéia é a de que algoritmos podem ser desenvolvidos com base no registro da reação de consumidores a um produto e sua avaliação – reação chamada pelos pesquisadores de *relevance feedback* – buscando construir padrões de gosto musical. Padrões que podem acompanhar as categorias tradicionais tais como gênero musical, mas também podem ir além.

Assim, seja através de recursos que solicitam ao usuário classificar se gosta ou não da música que está ouvindo, seja através do rastreamento do perfil do usuário a partir de comportamentos prévios⁶ ou na análise das *tags* utilizadas, o sistema coleta, armazena e cruza informações que serão usadas para futuras indicações, que por sua vez, se tornam cada vez mais precisas e confiáveis, uma vez que se baseiam nos próprios gostos do consumidor.

Entretanto, conforme estes pesquisadores ressaltam, algumas limitações do método precisam ser contornadas.(Ansari et al; 2000; Horlocker et al 2001; Fox, 2007) Primeiramente, a dependência do sistema da colaboração do usuário, que pode decidir não participar. Em segundo, a dificuldade de inserção de novos produtos, que não foram avaliados previamente ou, por outro lado, o risco da obviedade, fazendo recomendações com pouco grau de novidade. Em terceiro, o risco da criação de “usuários virtuais”, às vezes com perfis idealizados – tal como o “fã de filme de ação” ao qual serão recomendados todos e quaisquer filmes deste gênero – que não existe na prática. Finalmente, a ausência de justificativa para as recomendações, por tratar-se de um método correlacional.

Por conta destas limitações, desenvolveu-se um outro método de filtragem da informação baseado na análise de conteúdo da própria música, que pode ser feita de maneira automatizada ou realizada por especialistas. (Fox;2007).

Buscando estabelecer similaridades entre canções a partir de critérios de análise diversos -desde a utilização da metadata que acompanha um arquivo musical (tal como a *tag* que acompanha um arquivo de mp3 identificando o gênero ou o cantor, chamada de ID3 tag) até a análise por especialistas de aspectos intrínsecos das músicas – tais como instrumentação, andamento, vocais, etc – a metodologia de análise de conteúdo prescinde da colaboração do usuário, delegando a tarefa, como eu já disse, a especialistas “humanos” ou a softwares agentes.

⁶ Tal como o scrobler, utilizado pela Last.Fm. No caso, trata-se de um plug-in que, uma vez instalado pelo usuário, vai vasculhar seu acervo musical no computador, identificando preferências musicais.

O projeto de mapeamento do *genoma musical* chamado de Pandora⁷ é um bom exemplo, uma vez que se utiliza de milhares de especialistas musicais para classificar cerca de 150 *gens* de uma canção, que são os atributos acima mencionados.

Entre as desvantagens deste método estariam a dependência de um oneroso sistema de classificação “manual” realizado por especialistas – que nem sempre atinge consenso dentro das comunidades de gosto, e ao mesmo tempo, a ausência de *feedback* dos usuários. (Fox, 2007)

Cabe observar ainda que, buscando driblar as desvantagens de cada uma destas metodologias de seleção, alguns destes sistemas têm construído modelos híbridos, que combinam a filtragem colaborativa com a análise de conteúdo. O próprio site Pandora é novamente um exemplo, pois apesar de ter origem nesta última metodologia, ele atualmente também lança mão da filtragem colaborativa.

Dentro da discussão, cabe ainda mencionar a proposta do sistema MoodLogic, um dos primeiros sistemas de recomendações musicais, lançado na Internet no ano de 1998. Apostando na hipótese de que as pessoas escolhem música não só com base nas canções favoritas mas sim como reguladora de humor e estados psíquicos, o sistema coletou dados de 50.000 usuários que avaliaram mais de um milhão de canções com base em 75 atributos diferentes, resultando num enorme catálogo musical classificado por humores (“moods”), combinadas a outras categorias tais como gêneros musicais, cronologia (por décadas) e andamento das músicas.(Levintin;2007;Kalbach;2002)

Finalmente, uma outra proposta é a de desenvolvimento de sistemas que têm como alvo estabelecimentos comerciais que necessitam criar diferentes “climas” musicais, como por exemplo um restaurante que se transforma numa boate à noite e necessita de diferentes *playlists* para os diferentes momentos do dia. Numa perspectiva próxima da seleção por humor ou estado psíquico, aqui, o critério é o “contexto” – música para leitura numa livraria, música para um café, para um shopping, etc. (Corthaut et al;2006)

Feita esta breve exposição, voltemos agora ao primeiro grupo de questões que enunciei na apresentação deste trabalho -sobre a lógica de classificação destes sistemas, os critérios para a eleição de similaridades musicais e como estas recomendações tensionam, confirmam ou ultrapassam a noção de gênero musical.

⁷ Em :www.pandora.com.Infelizmente, esta plataforma só está disponível para a escuta de música por usuários norte-americanos.

Assim, a grosso modo, percebe-se que os sistemas de recomendação baseiam-se, até o momento, em duas principais metodologias, que podem ser utilizadas de maneira combinada. A primeira, que é a filtragem colaborativa, utiliza-se das informações fornecidas pelos próprios usuários do sistema para desenvolver algoritmos que traduzam padrões de gosto, e a premissa é a de que quanto maior o feedback do consumidor inserindo dados sobre o seu perfil, mais acurado o sistema se torna.

A segunda baseia-se na análise do conteúdo das músicas por especialistas ou na metadata dos arquivos digitais para classificar previamente as canções, utilizando-se de critérios diversos – gêneros musicais, instrumentos, andamento, vocais e outras características da própria música.

Entretanto, são os sistemas híbridos, que combinam ambas as metodologias, que têm sido apontados como os mais eficientes e acurados nas recomendações, apontando para a conclusão de que a participação dos usuários fornecendo *feedback* é fundamental para estes sistemas. (ver, dentre outros, FOX, 2007)

Quanto aos critérios para reconhecer similaridades, também podemos pensar, num primeiro momento, em duas chaves classificatórias, que serão chamadas, bem geralmente, de “intra-musical” e “extra-musical”.

A primeira, intra-musical, refere-se às características acústicas, intrínsecas ou ligadas às características das canções e a principal delas é a noção de gênero musical⁸, seguindo-se por aspectos que, como vimos, têm como foco os diversos atributos de uma canção - tal como “guitarras”, “vocais femininos”, etc

Por outro lado, na categoria extra-musical, temos as classificações que enfatizam as funções rituais da música no cotidiano. Aqui, três parecem ser os principais critérios: contexto (música “para dançar”, para leitura, etc), estados psíquicos (tristeza, alegria, energizante,) e classificação cronológica (“anos 60”, “anos dourados”, etc).

Esta primeira análise nos permite perceber que a noção de gênero não foi descartada e ainda é um importante marcador do debate. Entretanto, ela vai ser ampliada e complexificada por todos os outros rótulos – sejam aqueles produzidos por especialistas na análise de

⁸ Já sabemos que a classificação por gêneros não é intrínseca à música e supõe sempre um elemento cultural. Quando trato esta característica como intra-musical refiro-me ao vínculo direto da classificação com o “tipo de música”.

conteúdo, seja a partir das *tags* produzidas pelos usuários, e, em especial, pela incorporação da dimensão ritual ou funcional da música.

Por outro lado, sabemos, a partir da discussão da sociologia do gosto, que não há consenso nas classificações musicais e que a dificuldade maior gira em torno da dimensão cultural das rotulações. A questão principal, portanto se desloca. Pois, mesmo indo “além” das classificação por gêneros musicais, o desafio do sistema é o de lidar com essa dimensão cultural das rotulações, traduzindo os gostos em algoritmos ou fórmulas.

Como o sistema pode identificar que gosto de Madonna mas não gosto de Britney Spears?

Vistos sob este ângulo, podemos perceber que os sistemas de recomendação jamais funcionarão de maneira eficaz se não contarem com a participação dos usuários. O que nos leva, então, à inversão da premissa de que as redes sociais emancipam os usuários da indústria da música. Pelo contrário, creio que a inteligência dos sistemas musicais aqui discutidos reside na estratégia de envolverem os usuários para participarem do processo.

Tomemos o exemplo das *tags* – etiquetas que descrevem o conteúdo dos documentos a partir de categorias criadas pelo próprio usuário do sistema.

Num primeiro momento, poderíamos supor que a possibilidade destas *tags* produzidas a partir de critérios subjetivos “explodiria” com todo o sistema tradicional, a que a partir daí criar-se-ia um novo sistema, mais caótico, instável, e subjetivo.

Entretanto, algumas pistas já demonstram que não é bem assim, e que os sistemas de classificação baseados em *tags* se equilibram entre uma dimensão mais subjetiva – a partir de rótulos que só interessam ao próprio usuário que fez a classificação - e outros negociados socialmente.

Dois trabalhos nos dão pistas para argumentar nesta direção. O primeiro é a análise de Amaral (2007) da cena de *electro-goth* dentro da Last.Fm . Discutindo a utilização de *tags* por esta cena, a autora ressalta que os participantes compartilham marcadores de estilos pouco conhecidos pelo público mais amplo -tais como *EBM*, *electro*, *industrial*, *gothic rock*, *synth pop*, dentre outros – que funcionam assim como elementos de identificação e distinção.

A autora comenta ainda que foi alertada por um participante de que uma das músicas ouvidas por ela e revelada publicamente através do *scrobbler* *destoava* do seu perfil de integrante da cena, ressaltando assim a cobrança por coerência musical que faz parte de qualquer cena, em especial as que se caracterizam como *underground*.

O segundo trabalho, de Sordo et al (2008), propõe aferir o grau de concordância entre a classificação feita por peritos – no caso, os profissionais do site MP3.com – e aquela realizada por usuários da *Last.Fm*, a partir das *tags* livres. E dentre as conclusões, eles ressaltam que o maior grau de concordância entre peritos e leigos se dá em torno das classificações que envolvem gêneros musicais mais coesos e fechados tais como *hip-hop* e *bluegrass*, enquanto a maior discordância foi registrada nos gêneros *pop-rock* e *electronica-dance*, que abrigam uma enorme quantidade de subgêneros.

Ambos os trabalhos apontam, pois, para o fato de que as *tags* funcionam como elementos de consolidação de *capital subcultural* para as culturas de gosto. Proposta por Thornton (1997) no contexto de sua análise das fronteiras da cultura da música eletrônica inglesa, nos anos 90, essa noção enfatiza a importância de um capital bastante específico. Trata-se daquele conhecimento adquirido pelos agentes no contato com a(s) mídia(s), e que se remete a consumir informação exclusiva e produtos culturais “certos”, além do conhecimento das “pessoas que importam” – e que a cena traduz na expressão *hype*. Conhecimento exclusivo que vai transferir status ao agente, abrindo-lhe portas e garantindo-lhe um lugar privilegiado na hierarquia desta cultura de gosto.

Desta maneira, autenticidade, pasmem os pós-modernos! ainda é uma cobrança de qualquer cena musical para o seu grupo. E as *tags* participam deste sistema como elementos de identificação, distinção e demarcação das fronteiras da comunidade de gosto.

O interessante é observar que os sistemas de recomendação não buscam neutralizar esta atividade, mas sim o oposto, estimulando este tipo de etiquetagem, uma vez que ela recria a dimensão simbólica da fruição musical e ao mesmo tempo fornece preciosas informações a serem utilizadas pelo sistema.

Mais do que isto, a dimensão social das plataformas é crucial para a eficiência do sistema e para recriação da experiência da música, conforme podemos perceber, utilizando uma vez mais a *Last.Fm* como um breve exemplo. Senão vejamos.

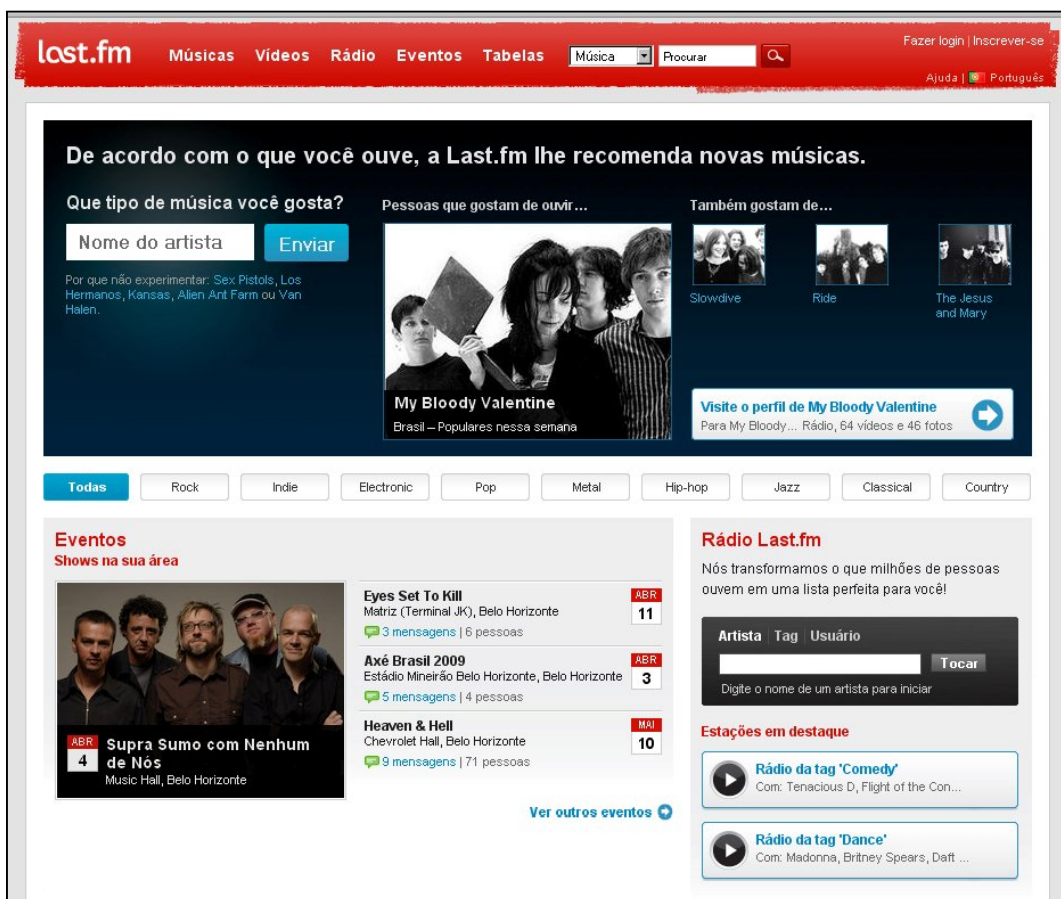
3. Last.FM e níveis de interatividade

Num primeiro momento, a plataforma pode ser utilizada somente como uma rádio personalizada. Após a inscrição, a primeira página do site apresenta um box para a escolha da “estação” que o usuário gostaria de ouvir. E, a partir da digitação de um nome de banda ou

cantor, ou ainda por tags (tais como folk, por exemplo) o sistema disponibiliza ao ouvinte uma sequência musical em streaming, tal como numa rádio, composta por artistas similares ao escolhido – alguns bem conhecidos, outros não - até que o usuário decida mudar de “estação”, digitando outro nome.

Durante a apresentação da sequência, o usuário dispõe de comandos para classificar a música – “favorita” (e ela será adicionada à lista do usuário), “banir” (e a música nunca será tocada de novo), “pular”(significando que não é o momento de ouvir a música), “tag” (para etiquetá-la), dentre os principais.

O primeiro grau de interatividade é marcado, pois, por esta sequência de atividades – a escolha da música e as atividades de classificação “simples”, que já estão fornecendo feedback ao sistema.



Página inicial do site.



Exemplo de rádio.

Um segundo grau de interatividade se dá no momento em que o usuário faz o download do software *scrobbler*. Esta não é uma tarefa obrigatória para a escuta, mas a partir do momento em que ele decide instalar este software, está permitindo que o sistema vasculhe o acervo musical do seu computador, identifique as músicas mais ouvidas e faça uso desta informação para novas recomendações (na suposição de que aquilo que foi tocado no seu computador corresponde ao seu gosto musical).

Finalmente, temos os recursos mais assumidamente sociais da plataforma tais como a criação do perfil do usuário, a utilização e o compartilhamento das *tags*, a lista de amigos (com possibilidade de convites), os vizinhos, identificados pelo sistema como as pessoas que têm gostos parecidos, a partir da escuta de músicas similares, a biblioteca personalizada, a caixa de mensagens, a possibilidade de participação em blogs e comunidades classificadas por gostos musicais (principalmente por gêneros).

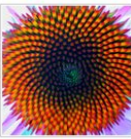
O conjunto destes recursos, de novo, não é de utilização obrigatória. Entretanto, este é o terceiro grau de interatividade, quando a rede entre humanos e inumanos se torna mais complexa e o *feedback* mais intenso, em ambas as direções. Pois, por um lado o sistema

utiliza as informações que já coletou do usuário enquanto ele escutava as “estações” ou através do *scrobbler*, para apresentar as playlists, os vizinhos ou para “medir o grau de compatibilidade musical que você compartilha com o amigo X”.

Por outro lado, é o vínculo a redes sociais (nas comunidades, listas de amigos, etc) que vai reinstalar a atividade de discussão sobre rótulos e classificações – e enfim a disputa simbólica crucial ao campo da música - que o sistema, por si só, não é capaz de garantir, apontando assim para a centralidade e relevância das redes sociais dentro da indústria de entretenimento digital, cujo papel, no caso da música, é de atribuir legitimidade e autoridade cultural a todo o sistema de recomendações.

Perfil

- Biblioteca
- Tabelas
- Eventos
- Amigos
- Vizinhos
- Grupos
- Blog
- Tags



DocWho
Masculino, Finlândia
Última visita: 2 horas atrás

4000 execuções desde 12 Out 2004
7 Faixas preferidas | 31 Posts | 0 Listas | 22 mensagens

Seu grau de compatibilidade musical com DocWho é **DESCONHECIDO**

[Adicionar](#)
[Enviar mensagem](#)
[Deixar recado](#)

[Compare seu gosto musical](#)

Últimas faixas [Incorporar](#)

	Franz Schubert – Ave Maria	26 Mar 21h18
	Maurice Ravel – Pavane Pour Une Infante Defunte	26 Mar 21h12
	Ludwig van Beethoven – Allegro con brio	26 Mar 21h08
	Edvard Grieg – In the Hall of the Mountain King	26 Mar 21h04
	Michael Nyman – Little Impulse	26 Mar 21h00
	On_14 – Forest (part two) download gratuito	26 Mar 20h24
	Susperia-Electrica – Endless Galaxy download gratuito	26 Mar 20h18
	Canoply Games – N Bi End vol.2 download gratuito	26 Mar 20h16
	Azeruz – Cloud Over Moon	26 Mar 20h12
	Antero Tienaho – There Is No Forest But The Trees download gratuito	26 Mar 20h08


[Ver mais](#)

Biblioteca de DocWho

522 Artistas no total [Executar biblioteca de DocWho](#)
Mostrando: Últimos 7 dias


[Faixas preferidas \(7\)](#)
Última faixa preferida: Pohjoinen Ulottuvuus – Ulottuvuus III

[Tags \(230\)](#)
musictrade, the music maker society, ambient, electronica, experimental electronica, finnish, nordic, scandinavian e 220 outras...



Faixas recentes de DocWho

	Exibir mais
William Shatner - Common People	00:30
Doc - Airports for Music	12:24
Ruudolf - Mekskolaisten blues	00:30
Ruudolf - Henttoniemest ikuisuutee...	00:30
Ruudolf - Oukki doukki	00:30
Robert Wyatt - Last Straw	00:30



CLIQUE E SEJA O PRIMEIRO A CONHECER.

Amigos (24)

[Ver mais](#)

Posts (18)

- The Art of Ambience
25 Mar 2009 | [Adicionar comentário](#)
- Vienna Blue
22 Mar 2009 | [Adicionar comentário](#)
- A journey into the microcosm of the brain
23 Jan 2008 | [Adicionar comentário](#)
- A musical matrix from the Dutch electronica experimentalist
13 Jan 2008 | [Adicionar comentário](#)

[Ver mais](#)


Grupos (32)

- Molvania
12 membros (líder do grupo)
- Ambient music fans
2.880 membros
- Dark Ambient
2.188 membros
- Contemporary Classical
1.079 membros
- Minimal and Ambient Electronic
1.038 membros

[Ver mais](#)

Caixa de mensagens


Deixe um comentário. [Faça login na Last.fm](#) ou [cadastre-se agora](#) (é gratuito).



arteaga123 escreveu: Segunda à noite

hi! thanks for the add! seeya!))))

[Exibir perfil](#) | [Responder](#)



gspaceman escreveu: janeiro de 2009

Hi there, i just added you. I really enjoy your work, 'Nangilima' is beautiful.

[Exibir perfil](#) | [Responder](#)

Perfil de usuário.

4. Considerações finais

Processos de rotulação constituem um dos maiores prazeres da cultura do entretenimento. Conforme Frith (1998) a importância dos julgamentos de valor é essencial a esse tipo de experiência estética – e da música em especial. O que nos remete à sociologia do gosto de Bourdieu e sua premissa de que o campo da arte se constitui por agentes envolvidos numa incessante e sempre inacabada discussão sobre autoridade, legitimidade cultural e capital simbólico.

Assim, se concordamos com o autor de que um campo se constitui por agentes em disputa, proponho, primeiramente reconhecer os sistemas de recomendação como mais uma classe de agentes – inumanos, ainda que inteligentes – dentro do mesmo. Esta observação nos remete a Latour (1992), que sugere uma sociologia da técnica menos preocupada com a distinção de atores humanos e inumanos nas redes tecnológicas e mais interessada em discutir a distribuição de tarefas dentro do processo.

Na sua perspectiva, qualquer artefato técnico tem características antropomórficas uma vez que é um delegado, que desempenha atividades ou tarefas designadas por humanos. Mais do que isto, um artefato técnico é primeiramente desenhado por humanos, passando num segundo momento a substituir a ação de humanos, para finalmente prescrever a ação de humanos de certa maneira.

Esta idéia de “tarefas distribuídas entre humanos e não humanos” tanto quanto toda a discussão sobre delegação me parece muito útil no contexto dos sistemas de recomendação, pois nos permite ir além de algumas dicotomias muito comuns na abordagem da relação entre técnica e cultura, seja aquela entre sujeitos e objetos, seja a outra entre sociabilidade e negócios na rede.

Como vimos, estes sistemas buscam automatizar parte da tarefa de recomendar novidades musicais. Ao mesmo tempo, vimos também como este desafio é complexo, uma vez que entre os agentes humanos não há consenso sobre as formas de classificação – e este processo nos remete a toda uma luta pela simbolização. É neste sentido que a sugestão de atividades distribuídas se torna produtiva, uma vez que esta me parece a estratégia dos sistemas de recomendação, ao desenvolverem uma interface amigável – que se traduz na noção de plataforma social - incentivando a interatividade e a criação de redes sociais.

Assim, o que é chamado de interatividade do usuário com o sistema, pode ser visto como uma atividade de delegação, quando o sistema pede ajuda aos humanos não só para classificar melhor, como também para recriar a experiência das sub-culturas de gosto através das redes sociais online. Interatividade que pode ser percebida em três níveis do sistema; e que se completam na tarefa de fornecer-lhe informações para melhor recomendar, mas que de quebra, permitem a recriação do espaço de sociabilidade e disputa simbólica que constitui um dos prazeres da escuta musical na modernidade

Esta delegação, entretanto, também se dá em via de mão dupla, uma vez que o sistema – como qualquer outra tecnologia – pode ser visto como a automatização ou cristalização de um processo social, cultural e material que sedimenta relações sociais.

Concluindo o trabalho com mais perguntas do que respostas, caberia enfatizar que o que pretendi articular – e que creio constituir a visada específica de meu argumento - são as dimensões da sociabilidade e dos negócios, às vezes percebidas como antagônicas em nossos estudos.

Fornecendo música em streaming, financiadas por publicidade, apontando, através de links, para as lojas de música virtuais e, **ao mesmo tempo**, estimulando a criação de redes sociais, estas plataformas tornam-se, paulatinamente, o modelo da cultura e da remonetização da fruição musical na rede – e esta já seria uma razão suficiente para darmos continuidade à investigação deste interessante objeto.

Bibliografia

AMARAL, A. - *Categorização dos gêneros musicais na Internet - Para uma etnografia virtual das práticas comunicacionais na plataforma social Last.FM*. In: FREIRE FILHO & HERSCHMANN (Org.). *Novos rumos da cultura da mídia. Indústrias, produtos e audiências*. Rio de Janeiro: Mauad, 2007, v. 01, p. 227-242.

AMARAL & AQUINO – *Práticas de Folksonomia e Social Tagging no Last.FM* – Trabalho apresentado no CHI 2008.

ANDERSON, C. – *A Cauda Longa*. RJ, Campus Elsevier, 2006

ANSARI et al - *Internet Recommendations Systems* -Journal of Marketing Research, Vol. 37, No. 3 (Aug., 2000), pp. 363-375 Pub. American Marketing Association.

BAYM, N – *Tunes that Bind? Predicting Friendship Strength in a Music-Based Social Network* .Paper para a Internet Research 9.0, Copenhagen, Denmark, October 2008

BERENZWEIG et al - *A Large-Scale Evaluation of Acoustic and Subjective Music-Similarity Measures* Computer Music Journal, 28:2, pp. 63–76, MIT, 2004

- BOURDIEU, P. *O poder simbólico*. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1989.
- _____. *A distinção: critério social do julgamento*. Porto Alegre: Zouk, 2007.
- CORTHAUT et al. *Moody Tunes: The Rockanango Project – 7a. International Conference on Music Information Retrieval (ISMIR)*, 2006.
- FOX, A – *Battle of the Music Recommender Systems: User-Centered -Evaluation of Collaborative Filtering, Content-Based Analysis and Hybrid Systems*. Dissertação de Mestrado – School of Information and Library Science – Univ. of North Caroline – 2007. 104 pp
- FREIRE, A. M. – *Tuning into you: personalized audio streaming services and their remediation of radio*. Dissertação de mestrado defendida na McGill University, Montreal, Ca. 2007
- FRITH, S.. *Performing rites: on the value of popular music*. Cambridge, Massachussets: Harvard Univ Press, 1998
- HERLOCKER et al. - *Evaluating Collaborative Filtering Recommender Systems*. 2001
Acessado em 10/1/09 em http://web.engr.oregonstate.edu/~herlock/papers/eval_tois.pdf
- JANOTTI, J. - *À Procura da Batida Perfeita: a importância do gênero musical para a análise da música popular massiva*. Revista Eco-Pós. Rio de Janeiro, vol.6, n.2, 2003, p. 31-46.
- _____- *Música popular massiva e Comunicação:um universo particular*. XXX Congresso Intercom, Santos, 2007
- KALBACH, J – *Classifying Emotion for Information Retrieval: Three Web Sites*. Notes, Second Series, Vol. 59, No. 2, Dec., 2002, pp. 408-411 Pub. Music Library Association .
- LATOUR, B. –“Where are the Missing Masses? Sociology of a few mundane artefacts”.in: BIJKER & LAW *Shaping Technology-Building Society*. Cambridge, MIT Press, 1992, 229-259.
- LEÃO & PRADO –*Música em fluxo programas que simulam rádios e a experiência estética em redes telemáticas* –Rev. Libero, Ano X, n.20, dez 2007
- LEVITIN, D. – *Fast, Cheap and Out of Control:The future of music, downloading and copyrights*. Manuscrito fornecido pelo autor. 2007
- MARLOW, Cameron et al – *Position paper, tagging, taxonomy, flickr, article, ToRead*, 2006. Disponível em: <http://alumni.media.mit.edu~cameron/cv/pubs/2006-ht06-tagging-paper.pdf> Acesso em 03 de março de 2008
- Murthi, B.P.S and Sarkar, S. – *The Role of the Management Sciences in Research on Personalization Management Science*, Vol. 49, No. 10, Special Issue on E-Business and Management Science (Oct., 2003), pp. 1344-1362 Published by: INFORMS Stable URL:
- SORDO et al – *The quest for musical genres:do the experts and the wisdom of crowds agree?*ISMIR 2008 – Session 2c – Knowledge Representation, Tags, Metadata
- THORNTON, S. -. *Club Cultures. Music, Media and Subcultural Capital*. Hanover/ Londres: Wesleyan Univ. Press. Published by Univ. Press of New England, 1996