

Música em fluxo: programas que simulam rádios e a experiência estética em redes telemáticas



Lucia Leão

*Doutora em Comunicação e Semiótica (PUC-SP)
Professora da PUC-SP e SENAC
E-mail: lucia@lucialeao.pro.br*

Magaly Prado

*Mestranda em Tecnologias da Inteligência
e Design Digital (PUC-SP)
Professora da Uniban
E-mail: magalyprado@uol.com.br*

Resumo: Como a mediação das redes telemáticas transforma o ato de ouvir música? Quais são as características dos programas que simulam estações de rádios? Em que momentos esses aplicativos encorajam o desenvolvimento de espaços sociais e estimulam a emergência de uma inteligência coletiva? O presente artigo discute essas questões e apresenta dois estudos de caso. A idéia principal é aplicar o conceito de experiência estética para analisar as vivências das músicas em fluxo nas redes telemáticas.

Palavras-chave: música, rádio, comunicação, comunidades, cultura de redes, folksonomia, inteligência coletiva, experiência estética.

Música en flujo: programas que simulan radios y la experiencia estética en redes telemáticas

Resumen: ¿Cómo la mediación de las redes telemáticas transforma el acto de oír música? ¿Cuáles son las características de los programas que simulan estaciones de radios? ¿En qué momentos esos aplicativos encorajan el desarrollo de espacios sociales y estimulan la emergencia de una inteligencia colectiva? El presente artículo discute esas cuestiones y presenta dos estudios de caso. La idea principal es aplicar el concepto de experiencia estética para analizar las vivencias de las músicas en flujo en las redes telemáticas.

Palabras claves: música, radio, comunicación, comunidades, cultura de redes, folksonomía, inteligencia colectiva, experiencia estética.

Music in flux: radio station simulator softwares and the aesthetic experience in telematic networks

Abstract: How the mediation of the telematic networks transforms the act of listening music? What are the characteristics of radio station simulator softwares? In what moments these applications encourage the development of social spaces and stimulate the collective intelligence emergence? This article discusses these questions and presents two case studies. The main idea is to apply the concept of aesthetic experience in order to analyze the experiences of listening flux music in telematic networks.

Key words: music, radio, communication, community, network culture, folksonomy, collective intelligence, aesthetics experience.

O ato de escutar música

O ato de escutar música é uma das mais antigas atividades humanas. Dos primitivos toques em tambores, passando pelo canto e pela dança, a música acompanha a humanidade nas suas origens. A música tem uma função fundamental na formação de grupos e atua muitas vezes como elemento de aglutinação social e definição da identidade. Na cultura oriental, a música é vista como um instrumento para alcançar, através das vibrações e do ritmo, um estado ampliado de consciência em harmonia com os movimentos cíclicos da vida cósmica. Na Antigüidade, os gregos valorizavam a escuta da música, por seus poderes terapêuticos, ou como elemento de aperfeiçoamento e elevação de caráter. Platão relaciona determinadas formas musicais às funções do homem na cidade. Além disso, na Grécia Antiga, distinguam-se três estilos musicais: o modo dórico, um estilo agressivo que tinha por objetivo estimular a coragem; o modo lídio, inspirador de recolhimento e reflexão; o modo frígio, que exalta os sentimentos românticos (Chevalier, 2002:627). Na Idade Média, a

escuta da música permeia vários momentos da cultura, indo de festas populares a momentos mais solenes das evocações e cânticos religiosos. Nos períodos renascentista e moderno, a música também aparece como elemento de linguagem fundamental na expressão de valores da cultura, assim como dos estados de ânimo (tanto no sentido individual como nos grupos e sociedades).

As relações entre o ato de escutar música e os seus suportes estão passando por grandes transformações nos últimos anos. Dos discos de vinil, às fitas cassetes, CDs, chegamos hoje às práticas de compartilhamento de arquivos e uso de programas que organizam listagens de músicas como o iTunes, o Winamp etc. As músicas se tornam portáteis, executáveis através de aparatos. Na evolução, temos os rádios a pilha, o *walkman* e mais recentemente os tocadores de arquivos musicais (como o Ipod, entre outros) e, nos últimos anos, os aparelhos de telefones celulares. Nessas passagens, o ato de escutar música foi se transformando de tal maneira que uma reflexão crítica se faz necessária: quais são as características do ato de escutar música na cultura das redes?

● O contexto: cultura em rede

A cultura digital e das redes atravessa, há alguns anos, uma etapa transformadora. A convergência de diferentes mídias, a utilização da web como plataforma e o surgimento de tecnologias que estimulam o compartilhamento de dados e as práticas colaborativas são algumas das características que marcam esse momento. Se, nos anos 80 e 90 predominava o conceito de digitalização e com isso, a abstração dos dados, na cultura das redes, o foco são os grupos, as comunidades e os links. Alguns autores, evidenciando os aspectos distintivos dessa etapa, têm usado o termo web 2.0. Apesar de polêmico, o conceito ajuda a refletir sobre várias questões. Para o pesquisador Alex Primo, a web 2.0 é:

A segunda geração de serviços online e caracteriza-se por potencializar as formas de publicação, compartilhamento e organização de informações, além de ampliar os espaços para a interação entre os participantes do processo.

A web 2.0 refere-se não apenas a uma combinação de técnicas informáticas (serviços web, linguagem Ajax, web syndication etc.), mas também a um determinado período tecnológico, a um conjunto de novas estratégias mercadológicas e a processos de comunicação mediados pelo computador.

O precursor do termo, Tim O'Reilly, enfatiza que, nessa etapa, os aplicativos da www passam a utilizar os efeitos de rede e se tornam melhores quanto mais são usados pelas pessoas, catalisando o potencial de emergência da inteligência coletiva.

Na cultura das redes, várias lógicas e práticas se transformam. O surgimento de micro-públicos, por exemplo, é algo típico desse momento e aponta para novas realidades econômicas. Na lógica da Long Tail (“cauda longa”), serviços de web 2.0 vendem menos itens do mesmo produto, mas, no entanto, vendem mais produtos diferentes. O conceito da cauda longa foi proposto por Chris Anderson, editor-chefe da revista *Wired*, para descrever as transformações que as novas mídias estavam propiciando na economia. Antes das redes telemáticas, predominava um tipo de serviço no qual, para ser viável economicamente, os produtos buscavam um consumo de massa, quantitativo. Com as redes informacionais, um novo tipo de modelo de negócios no qual a oferta de produtos é praticamente ilimitada torna-se viável. Entre os exemplos, está o caso da livraria Amazon. Essa lógica está aumentando o acesso a conteúdos e produtos variados, assim como transformando hábitos de consumo e estilos de vida. Em paralelo a isso, novas formas de acesso a conteúdo e personalização vêm emergindo.

Nos anos recentes, os sistemas de utilização de tags (etiquetas ou palavras-chave) têm se tornado altamente populares. O tagueamento permite que os usuários adicionem palavras-chave para recursos da www, tais como websites, páginas, imagens, músicas etc. A vantagem das tags é que são personalizáveis, isto é, não precisam ser palavras institucionalizadas ou rótulos controlados ou pré-definidos. Por esse motivo, são sistemas de folksonomia, em contraste com as ordenações fixas da taxonomia. O termo folksonomia foi criado por Thomas Vander Wal, um

designer da informação, e expressa um tipo de organização criada por pessoas. Assim, os sistemas de tagueamento são ferramentas com alto poder que estimula conversações em comunidades ou grupos com interesses semelhantes, sendo simultaneamente flexíveis e adaptáveis aos fluxos dos discursos. Através de movimentos como repetições de tags, os grupos se identificam e constroem vocabulários com sutileza e precisão impossíveis de serem obtidas em taxonomias generalistas. Como veremos no decorrer do artigo, as tags são bastante utilizadas nos sistemas sociais de música.

Estudos de caso

Programas que simulam estações de rádios e oferecem a possibilidade de escutar música proliferam nas redes telemáticas. São processos que incluem serviços para atrair o ouvinte internauta e poupá-lo do trabalho de garimpar músicas pela rede. O principal deles é um esquema automático que apresenta músicas similares ao gosto do usuário. Como isso acontece? Quando o usuário baixa o programa de uma dessas “rádios” (entre aspas porque não se trata exatamente de uma rádio nos moldes das emissoras, nem no dial e nem na internet) e passa a escolher músicas, esse usuário está mostrando seu perfil musical, com suas preferências e curiosidades. Ao clicar em gêneros e estilos musicais em uma nuvem de tags, faz um mapeamento de palavras-chave que também desenha sua predileção no cenário musical. Mais ainda, se o internauta disponibilizar seu arquivo “minhas músicas” ao programa, permitindo que o computador “leia” a sua lista no iTunes ou em qualquer outro tocador de som, a máquina traça imediatamente o perfil do gosto musical do usuário, baseado naquilo que ele já possui, e cria uma interface própria para ele.

Os sistemas sociais de música mais conhecidos e usados no Brasil são: Last.fm e Musicoverly. Vale registrar que, no início de 2007, o programa até então mais acessado entre os brasileiros, o Pandora, saiu do ar por aqui, por questões de direitos autorais. Neste artigo, vamos nos ater aos dois primeiros.

Last.fm e a emergência da inteligência coletiva

O conceito de “inteligência coletiva”, tal como foi proposto por Pierre Lévy (1994), é um tipo de inteligência que emerge a partir da colaboração de vários indivíduos. Tal inteligência não poderia ser alcançada por um indivíduo sozinho. Para Lévy (1994), as novas tecnologias digitais e em rede podem estimular e valorizar a emergência da inteligência coletiva. Ao entrar pelo site de busca Google, a Last FM tem a seguinte apresentação na versão de Portugal: “A maior plataforma social de música do mundo. Mostre suas preferências, veja o que seus amigos estão ouvindo, ouça músicas novas e ganhe uma rádio pessoal”. A demonstração das músicas arquivadas vai de trechos de músicas, em uma espécie de preview, com 30 segundos ou mesmo a música inteira.

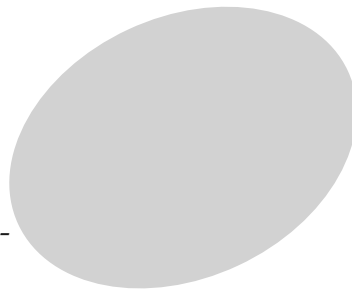
Para Lévy, as novas tecnologias digitais e em rede podem estimular e valorizar a emergência da inteligência coletiva

Outras, ainda são oferecidas para *download* gratuito. Nelas, dois botões começam a evidenciar o perfil do usuário. Ao clicar no botão “preferidas” ou no botão “banir”, o usuário filtra suas preferências desenhando seu perfil, progressivamente, através das afinidades e distinções. De posse dessas informações, determinadas pelo usuário, o software da Last.fm produz tabelas dinâmicas, mostrando as músicas mais ouvidas de determinado artista, as mais ouvidas por seus amigos, e por todos que ouvem a Last.fm, construindo um ambiente musical da rede em uma espécie de paradas musicais internas de meta-comunicação musical.

É um exemplo de input e output, quando o usuário entra com informações pessoais e a máquina devolve resultados a partir dos dados obtidos, como um processo de cognição computacional, em que a máquina interpreta os signos dos internautas. A partir desses dados, o software cruza informações e oferece diversos caminhos para se navegar. O primeiro refere-se a sugestões de músicas semelhantes aos gêneros escolhidos. Uma alternativa se encontra na opção: “executar músicas com a tag ...”. Nesse caso, surge uma barra lateral com uma série de tags que, de alguma maneira, se relacionam com a música ou músico escolhido. Um terceiro caminho coloca o internauta em contato com outros internautas, pois possibilita que se executem estações relacionadas. Nesse tópico, percebe-se a emergência de uma inteligência coletiva, pois ao acessar a rádio de um ouvinte que também escuta determinada música, aumentam as chances de o usuário encontrar outros tipos de músicas que lhe agradem.

As tabelas, exemplos de como as máquinas são autoreprodutivas, são calculadas através de um filtro de algoritmo, permitindo que os usuários visualizem e pratiquem o comparti-

A Wikipedia define Last.fm como “um site que abriga uma comunidade virtual, na qual são trocadas informações e recomendações sobre música”



lhamento de listagens de artistas que não estão listados no próprio perfil, mas aparecem em outros perfis de usuários com gosto musical semelhante, assim, o usuário tem “meio caminho andado” ao clicar nas músicas mostradas, pois, em tese, pode vir a gostar também. São fórmulas que criam outras fórmulas.

Um dos pontos altos não é apenas ter acesso à contextualização, recebendo informações

dos artistas, discografias e fotografias, é também a possibilidade de escrever sobre eles, acrescentando ou editando informações, nos moldes de uma Wikipedia, a enciclopédia livre e colaborativa de textos com multiautorias. O outro ponto alto é poder participar de fóruns de debates sobre a música de quem o usuário está ouvindo. E descobrir semelhanças e correspondências. Quando experimenta escutar o que seus pares recomendaram e gosta das sugestões, o usuário pode ser persuadido e passa a escutar determinada indicação, colocando-a em sua lista de preferidas. Exatamente como uma causação eficiente.

O fato da Last.fm permitir que se saiba o que um rol de amigos ouve, facilita a procura de novas músicas (já que amigos podem ter gosto comum), e mais, atíça a curiosidade pelo critério artístico dos outros. É o mundo da bisbilhotice, tão em voga nos dias atuais, inaugurado pelos reality shows e pelos sites de relacionamento como Orkut, Face book etc. Assim, temos usuários com acesso ao que rodeia seus amigos, virtuais ou não, as comunidades traçando perfis de comportamento, reconhecendo signos semelhantes, combinados, recombinaados, estimulando direcionamentos e ainda mostrando dados de representação icônica mais íntimos, como fotos e vídeos dos usuários em situações até mesmo íntimas ao som de suas músicas favoritas. A definição da própria Wikipedia já mostra a Last.fm não só como uma webrádio e sim como “um site que abriga uma comunidade virtual, na qual são trocadas informações e recomendações sobre música”. Essas recomendações nem sempre são aceitas, passam por um processo contínuo de ativação e inibição, provocado toda vez que o usuário ouve determinada música ou a deleta.

A capacidade do usuário de recomendar manualmente músicas e tendências musicais do acervo da Last.fm é prática renovadora, se considerarmos a impossibilidade em rádios convencionais. Representação como a representação da representação. Ou ainda uma representação de circularidades. Há que se louvar a iniciativa de estimular o

artista iniciante a colocar seu trabalho nela, pois a divulgação pela rede funciona como um verdadeiro marketing viral.

Qual é o procedimento para entrar na Last.fm e fazê-la funcionar? A Wikipedia explica:

A Last.fm constrói um perfil detalhado do gosto musical de cada usuário, mostrando suas músicas e artistas favoritos numa página feita com as informações coletadas e gravadas por um *plugin*¹ da Last.fm instalado no aplicativo de execução de música (music player) no computador do usuário.

Ou seja, para começar, basta baixar o programa da Last.fm e escolher qual aplicativo disponibilizar para que o programa consiga “enxergar” sua discoteca de som arquivada no seu computador. Apesar desse detalhe não ser obrigatório, pois pode-se começar do zero, a idéia é boa. Trata-se do audioscrobbler criado por Richard Jones na universidade de Southampton, no Reino Unido. Inicialmente, o audioscrobbler limitava-se a gravar as músicas que os usuários executavam num computador registrado, que depois compilava os dados por meio de tabelas colaborativas. Em 2005, os projetos do Audioscrobbler e o da Last.fm foram unidos (Wikipedia).

O usuário da Last.fm pode construir um perfil musical, utilizando dois métodos: ouvindo seu repertório musical pessoal através de um player com o plugin do Audioscrobbler ou ouvindo a rádio da Last.fm, geralmente como usuário registrado na Last.fm. As músicas são tocadas e adicionadas num log de onde as tabelas de artistas e músicas e recomendações musicais são calculadas. Este log automático de músicas é chamado de scrobbling.² A página do usuário também mostra as músicas recentemente tocadas (Wikipedia: 2007).

¹ *Plug-in* ou *plugin* é um termo que significa “de encaixe”, pode ser utilizado em situações cotidianas, com aparelhos eletrônicos, máquinas etc. Na informática é um programa de computador que serve para adicionar funções a outros programas maiores, provendo funcionalidade especial ou muito específica.

² Scrobbling: significa que quando você ouve uma música, o nome da música e do artista são enviados para a Last.fm e adicionados ao seu perfil musical (do site da Last.fm).

Chama a atenção do usuário a possibilidade de usar o computador como um jogo de ferramentas, que pode incluir manter um blog em que escreve como crítico musical e ter a possibilidade de comprar música online, pois em 2007, o internauta não se satisfaz só em ouvir músicas, mas em opinar, expressar seu interesse ou abominação diante de certas músicas.

A rede Last.fm não pára por aí, são inúmeros os aparatos. A máquina “inteligente” possui um esquema que disponibiliza uma “rádio pessoal”, na página do usuário, a partir daquilo que ele mais ouviu durante a semana, signos baseados em hábitos, de forma que essa “rádio” fique sempre atualizada e disponível a quem acessa a página. Isso promove, de maneira automática, um ranking de compatibilidade (o *Taste-o-meter*) entre os amigos e mesmo entre outros usuários, o que acaba por provocar mais amigos em potencial, de qualquer lugar do mundo, com gostos em comum. Uma vez que a música, pode-se dizer, possui uma linguagem universal, independente de nacionalidade, é mais fácil que a rede social musical (por mais concretista que esse termo possa parecer) Last.fm possa ser acessada simultaneamente por ouvintes de todos os cantos do mundo, mesmo pelos que não entendem a língua inglesa.

A Last.fm permite o recurso de taggear para gerar uma folksonomia de música através do uso das tags para artistas, álbuns e músicas. O usuário pode navegar pelas tags para achar músicas denominadas por tags específicas. As tags podem ser nomeadas pelo nome do artista (por exemplo: Madonna), pelo gênero musical (ex.: rock), por tendências musicais (ex.: indie), por ambiência (ex.: relaxantes), características do artista (ex.: vocal feminino), ou qualquer outra forma de classificação escolhida pelo usuário. E, o melhor, depois ouvir a partir de uma arquitetura de conexão de várias tags em uma escolha, por exemplo: vocal feminino, relaxante, indie (exemplo: os canadenses do Cowboys Junkies).

Como gostar de música também envolve (além de ouvi-la) sair da Internet e assistir a shows e eventos musicais, a rede social Last.fm faz o papel de mídia, pois proporciona ao usuário informações sobre shows, permite agendá-los,

confirmar presença e ainda ver quais amigos e outras pessoas também estarão no mesmo show, promovendo realmente o encontro daqueles que gostam de determinado estilo musical. Trata-se, portanto, de um programa que une ouvir músicas, opinar sobre elas, receber e enviar informações, tanto das músicas como dos artistas e de shows e eventos relacionados, discutir com outros ouvintes etc. - tudo em um mesmo ambiente, transformando o programa em multimídia, já que capta em seu domínio a maioria das expressões culturais em toda a sua diversidade, como enfatiza o pensador catalão Manuel Castells (2005:458): “Seu advento [da multimídia] é o equivalente ao fim da separação e até da distinção entre mídia audiovisual e mídia impressa, cultura popular e cultura erudita, entretenimento e informação, educação e persuasão”.

E o custo de tudo isso junto? O sistema de utilização da Last.fm é gratuito, mas eles sugerem colaboração remunerada. Como dizem na lista das perguntas mais freqüentes do site: “O registro e o uso da Last.fm são gratuitos. Mas pedimos a nossos usuários que façam alguma contribuição para nos ajudar a arcar com os custos de manutenção. Em troca, oferecemos alguns recursos extras para eles brincarem”.

mais opções de rádios, têm permissão de ver visitantes recentes e ainda testar as versões beta do site. A explicação dentro do próprio site da Last.fm traz um outro dado:

A Last.fm é um serviço que registra as músicas que você ouve e oferece recursos personalizados com base em suas preferências musicais, faz recomendações de artistas e usuários com gostos parecidos, elabora rádios personalizadas, tabelas e muito mais. Você também pode usar a Last.fm para ouvir música, saber mais sobre artistas de que você gosta, encontrar pessoas com gosto musical parecido, shows perto da sua cidade, tabelas e mosaicos para o seu site pessoal.

Em uma representação simbólica, os mosaicos e as tabelas, exemplos de autopoieses, estão disponíveis para que o usuário possa incluí-los em sites pessoais ou blogs. Difunde a própria Last.fm e ainda faz um agrado ao usuário que adora mostrar o que faz, e neste caso, o que ouve para o mundo. É a nova maneira de viver como um “livro aberto”.

Exemplo de mosaico com os últimos artistas ouvidos (acompanha a lista com as faixas e mostra que foram ouvidas um dia atrás com seus respectivos horários):



A rede social musical propõe aos que querem serviço diferenciado: assinar a Last.fm. Os assinantes não recebem propagandas, ganham

Como não poderia faltar, a possibilidade de incorporar a outras ferramentas da web 2.0, a Last.fm facilita trazendo os ícones na página.

| | |
|--|--------------------|
| | 1d, 1h e 21m atrás |
| Wilco – Please Be Patient With Me | 1d, 1h e 24m atrás |
| Death Cab for Cutie – Crooked Teeth (Rolling Stone Original) | 1d, 1h e 29m atrás |
| Iron & Wine – Southern Anthem | 1d, 1h e 34m atrás |
| of Montreal – The Miniature Philosopher | 1d, 1h e 37m atrás |
| The Go! Team – The Ice Storm | 1d, 1h e 41m atrás |
| Radiohead – How to Disappear Completely | 1d, 1h e 47m atrás |
| The Shins – The Past and Pending | 1d, 1h e 53m atrás |
| Emiliana Torrini – Stephanie Says (Lou Reed) | 1d, 1h e 56m atrás |
| Download – Ego Dissolve | |



| | | |
|---|---------------------------|---|
| 1 | Devendra Banhart | 4 |
| 2 | of Montreal | 1 |
| 2 | Clap Your Hands Say Yeah | 1 |
| 2 | JoJo | 1 |
| 2 | The Be Good Tanyas | 1 |
| 2 | Corinne Bailey Rae | 1 |
| 2 | Norah Jones | 1 |
| 2 | Nelly Furtado | 1 |
| 2 | Amy Winehouse | 1 |
| 2 | Siouxsie and the Banshees | 1 |

Incorporar

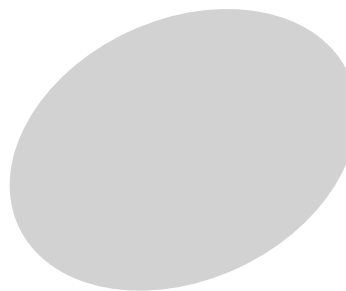
- Incorporar automaticamente ao MySpace
- Incorporar ao Blogger
- Incorporar ao LiveJournal
- Incorporar ao Wordpress
- Incorporar ao Typepad
- Incorporar a qualquer outro local

Porém, há quem queira privacidade. O receio de ver seus endereços divulgados afasta internautas de todo e qualquer tipo de site que exija cadastro. Na Last.fm, a privacidade é garantida, segundo informam no site. Além disso, o protocolo é documentado e o software da Last.fm é código aberto (open source). Se quiser, o usuário pode deixar apenas sua foto ou um avatar e poucas informações a seu respeito (afinal o direito ao anonimato é preservado nas redes telemáticas sociais).

● **Musicoverly: uma máquina combinatória**

Com o sucesso da Last.fm, outras redes surgiram como verdadeiros robôs que trabalham para o internauta. Escolhemos a Musicoverly para mostrar o maquinismo “inteligente” de programas que simulam rádios e que vão muito além de apenas uma audição radiofônica, em sistemas baseados em conhecimento fornecido por dados

enviados pelos usuários, como máquinas semióticas. Obviamente, no rádio convencional não podemos escolher o que ouvir, mas isso tem um aspecto positivo - nos deparamos com a surpresa e com provocação mental. Aqui podemos trazer o pensamento de Pierre Lévy que diz que as redes modificam os circuitos de comunicação. “A maior parte dos programas atuais desempenha um papel de tecnologia intelectual: eles reorganizam, de uma forma ou de outra, a visão de mundo de seus usuários e modificam seus reflexos mentais” (Levy, 2006:54).



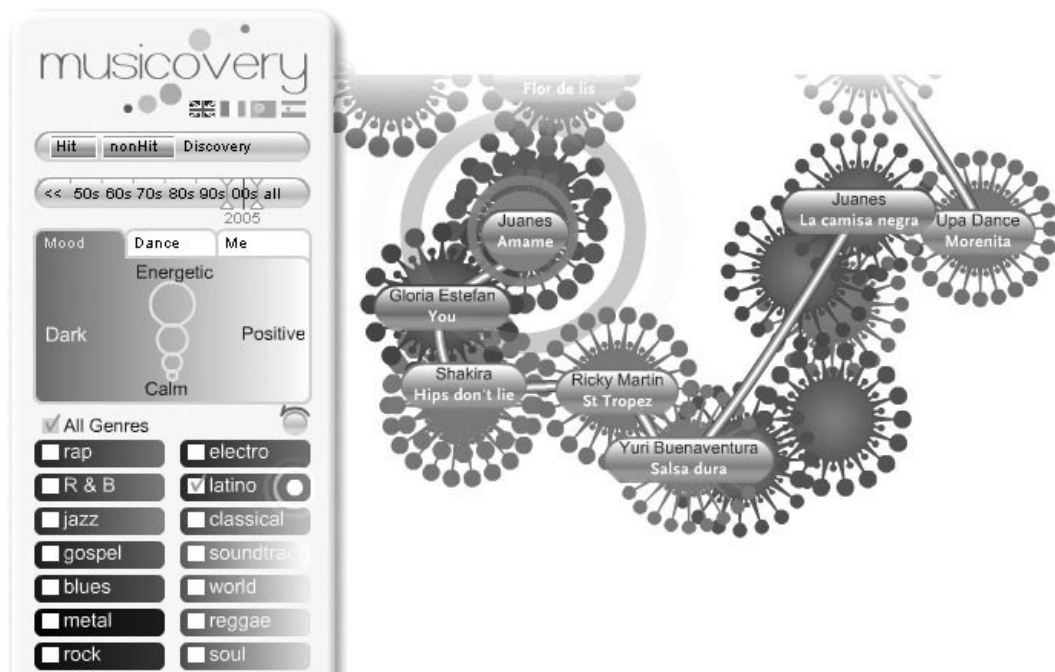
As práticas comunicacionais que permeiam a cultura das redes são exemplos de poder de aglutinação social, expressão de valores e formação de identidade

Em programas como o Musicoverly, o usuário pode escutar músicas de sua preferência, selecionando algumas das possibilidades do esquema. A interface é atraente,

trabalha com cores que correspondem a estilos musicais em uma idéia de iconicidade e combinação de botões deslizantes, impuando uma espécie de conexionismo. É possível escutar desde músicas atuais a produção de determinada época, estilos musicais variados, e o mais interessante, eleger músicas, conforme o estado de espírito do usuário, por exemplo, se está alegre, vai preferir ouvir músicas mais animadas. Trata-se de um *mashup*³ instantâneo. Traz alternativas de músicas picantes, tristes, pesadas, suaves etc. Com as diferenças de humor do usuário e a mudança de um estado para outro, a má-

informações abaixo do nome da música para facilitar a navegação. Ao clicar em outra música, a rede se refaz e mostra outro mapeamento com peças musicais parecidas, como um rizoma.⁴ A apresentação é à deriva, totalmente imprevisível. É a máquina “autofazendo” o playlist que acha conveniente ao perfil específico de usuário, como um “ouvido pensante”, de Murray Schafer (pensador canadense, criador do conceito de paisagens sonoras).

Usuário pode escolher entre 18 gêneros musicais; página tem diversos cantores brasileiros. Neste caso, o artista Lenine, música brasileira que entra em Latino, enérgica. O



quina, à base de probabilidade, oferece músicas de acordo com as alterações de humor do usuário. E quando ele altera, o sistema altera as possibilidades de audição em uma maneira de deslanchar uma reação automática do sistema, como uma auto-correção.

Ponto forte do Musicoverly é a visualização de uma rede que interliga a música que está tocando a outras similares em um mapeamento de afinidades que ainda traz algumas

player marca também o ano da música: 1999. Os artistas parecidos com ele são: Eliane Elias, Jorge Bem, Cedar Walton, entre outros interligados.

Não é preciso baixar o programa como na Last.fm, nem fazer o cadastro. Só é necessário possuir o Flash player no navegador. A máquina está pronta para ouvir. Basta incluir dados da música que se quer escutar e esperar o que o catálogo vai apresentar

³ *Mash-up*: combinação de serviços *online*.

⁴ Rizoma aqui é uma metáfora da biologia. Tem raízes, conexões.

como uma rede multidirecional. Não deixa de ter o elemento surpresa, porém ao menos, norteado pelos direcionamentos fornecidos de antemão. Melhor ainda, funciona como se o programa adivinhasse o gosto do ouvinte, depois de uma verdadeira interação homem-máquina em que um alimenta o outro. Sobre “adivinhar” a reportagem do site G1, em São Paulo disse:

Você sabe o tipo de som que quer ouvir, mas não consegue definir exatamente qual música escolher. Ou gosta muito de um ritmo musical e deseja conhecer novos cantores que seguem esse estilo. Seja qual for o caso, é bastante provável que você se divirta visitando o site Musicoverly, com um tocador virtual que “adivinha” o tipo de canção procurado pelo usuário. Basicamente, o internauta define o estilo e a página oferece músicas que se encaixem nele.

O Musicoverly permite também formar uma “rádio” pessoal, a partir de determinado período, o que pode suscitar lembranças auditivas, caso o ouvinte escolha canções de décadas passadas. Nos mesmos moldes de determinar o humor do usuário, por exemplo: músicas calmas dos anos 60. Já, se quiser deixar o programa parecido com uma rádio do dial, bem eclética, o ouvinte pode clicar em todos os gêneros e de repente conhecer músicas que nunca ouviu. Pode ainda, selecionar uma década e escutar todo tipo de gênero musical somente daquele período demarcado. A máquina une elementos combinatórios e apresenta seleção musical baseada em regras definidas pelo usuário com músicas correspondendo a gêneros e períodos.

O programa é gratuito, simples de navegar e mostra músicas com baixa qualidade, porém, se o usuário preferir melhor qualidade do som, pode optar por assinar o serviço e pagar U\$13 por ano. Se preferir comprar música online o Musicoverly disponibiliza atualmente (agosto de 2007) o link da Amazon, do iTunes Music Store e do eBay. É preciso lembrar que, ao relatarmos uma situação na Internet, pressupomos transformações pelas quais ela pode passar, o que ocorre com muita velocidade,

portanto, a data indicada aqui se faz necessária para acompanharmos a evolução que a tecnologia por meio de suas máquinas “inteligentes” nos proporciona no dia-a-dia.

A arquitetura de rede de outros sites nos mesmos padrões cresce na Internet. Outros oferecem *download* de mp3 de CDs “cheios”, ou seja, com todas as faixas. O Jamendo é um bom exemplo da nova onda de sites musicais. Ele permite que o músico (desconhecido ou consagrado) possa não apenas se promover e publicar sua obra, mas também, ser pago por suas músicas. Serve-se de tecnologias *peer-to-peer*⁵ apropriadas para distribuir acervos de música como o *BitTorrent* e o *eMule*.⁶

O Jamendo é semelhante ao Last.fm porque permite que os ouvintes possam descobrir artistas baseados em gostos pessoais ou por localização geográfica. Mas, é principalmente, no sentido de instigar a opinião dos ouvintes, proporcionando a participação com críticas sobre artistas e à discussão em seus fóruns, que esses tipos de programas tornam-se mais interessantes, pois faz o internauta, em relações comunitárias na rede, refletir sobre a música e ainda exercitar a forma de se expressar pela escrita, trocando impressões com transcidadãos em uma perfeita alusão aos primórdios do rádio, quando era possível escutar, em ondas curtas, transmissões do mundo todo e trocar mensagens com ouvintes de diferentes nacionalidades. Na aurora do século 21, são detectados novos movimentos sociais na cena radiofônica musical. Lévy aponta:

Mesmo sem ser pirata ou hacker, é possível que alguém se deixe seduzir pelos dispositivos de informática. Há toda uma dimensão estética ou artística na concepção das máquinas ou dos programas, aquela que suscita o envolvimento emocional, estimula o desejo de explorar novos territórios existenciais e cognitivos, conecta o computador a movimentos culturais, revoltas, sonhos (Lévy, 2006:57).

⁵ P2P: Ponto a ponto. Estabelece uma rede de computadores virtual.

⁶ BitTorrent e e-Mule: compartilhamento de arquivos P2P. Permite *download* de arquivos indexados em websites.

É certo que a rede telemática nos mostra, a cada momento, novos caminhos para chegar aos nossos objetivos, como, achar músicas perdidas, descobrir novas músicas, ou simplesmente ouvir determinado som até enjoar. Só que nos dias de hoje, a prática cada vez mais usual (mesmo considerando que no Brasil de 2007, apenas 25% da população acessa a rede) é ouvir músicas não mais sozinhos, muito menos em um quarto como sonhava o filósofo francês Gaston Bachelard à época do início da radiodifusão (antes da internet) quando pensou o rádio servindo ao ouvinte solitário:

...o rádio está certo de lhe impor solidões. Nem sempre, naturalmente. Não se trata de escutar esse tipo de transmissão numa sala de baile, num salão. É preciso escutá-la, não digamos numa cabana, isso seria belo demais, mas num quarto, sozinho, à noite, quando se tem o direito e o dever de colocar em si mesmo a calma, o repouso. O rádio possui tudo o que é preciso para falar na solidão. Não necessita de rosto (Bachelard, 1985:180).

Os ouvintes conectados desse século, após entrar em redes sociais musicais interativas, consequentemente começam a ouvir música na companhia de muitos outros ouvintes do planeta criando fusões de gostos, gerando tipos diversos de reações. E trocam arquivos, e recomendam artistas, e alertam a comunidade do que não é considerado audível. Passam a fazer parte de uma multidão inteligente que garimpa, apresenta, recicla, compartilha, provoca debates de orientação e indica, intermediando a opinião sobre o cenário musical atual.

Conclusões: a experiência estética das músicas em fluxo

Bem, podemos nos perguntar: o que de fato é novo e instigante no ato de escutar música através das redes telemáticas? Como e quando as interações corriqueiras nas redes podem ser consideradas enquanto experiência estética? Para discutir essa questão, iremos em busca de um paradigma teórico que

consiga conciliar arte e vida; teoria e prática. John Dewey em *A arte como experiência*, distingue a experiência estética das experiências insignificantes a partir de conceitos como “unidade”, “consumação”, “intenção consciente”, “satisfação sensorial”, entre outros (Dewey, 1980). Para Dewey, a experiência estética não se vincula necessariamente a objetos ditos “artísticos”. Muito pelo contrário, a experiência estética pode ocorrer em atividades como “arrumar uma sala” ou mesmo “praticar um esporte” (Shusterman, 1998). O interessante no conceito de Dewey é que ele muda o foco para o ponto de vista do fruitor, daquele que percebe: “a palavra estético refere-se à experiência enquanto apreciativa, perceptiva e agradável...é gosto, gosto” (Dewey, 1980:98).

Refletindo sobre o ato de ouvir música em tempos de web 2.0, percebe-se pelo menos três dimensões nas quais a experiência tem o potencial de se tornar estética para o internauta. A primeira dimensão diz respeito à qualidade própria do ato de ouvir determinada música. Nesse caso, estaríamos em um campo que poderia ser vivenciado em outras mídias que não as redes informacionais. Contudo, com as novas mídias, a experiência de lidar com músicas em fluxo agrega elementos distintivos ao ato: o conceito de banco de dados e a navegação nos sistemas informacionais. Quando pensamos que o acesso à determinada música se dá mediado por essas características distintivas da linguagem das novas mídias (Manovich, 2001), a experiência estética alcança a segunda dimensão. Navegar em um sistema de dados, vasculhar entre tags e comunidades, é algo totalmente diferente em termos de experiência. Esse ato pode oscilar entre sensações tão díspares como ansiedade, frustração ou excessos. No entanto, as surpresas que as interações podem revelar vão se tornando cada vez mais férteis à medida que o usuário se torna um agente criativo conhecedor das fragilidades e furos do sistema e, ao mesmo tempo capaz de criar, estabelecer e se movimentar pelas redes. A lógica e a ética das redes leva à ter-

ceira dimensão da experiência estética. Nesse nível, o usuário experimenta a unidade rizomática enquanto inteligência interconectada. Ele é, ao mesmo tempo, uma parte (nó) e a rede como um todo. Ao se sentir uno com a rede, a satisfação característica da experiência estética deixa de ser vivida só pela percepção da música ouvida. Nesse momento, a experiência de ouvir músicas em fluxo é uma manifestação da continuidade e a satisfação da consciência desse continuum. O estudo dos programas que simulam estações de rádios constitui um campo de investigação que pode ser explorado a partir de várias perspectivas metodológicas. As práticas comunicacionais que permeiam a cultura das redes são, potencialmente, exemplos de grande poder de aglutinação social, expressão de valores e formação de identidade de grupos. Ouvir música através das redes telemáticas é, ao mesmo tempo e paradoxalmente, um ato de reforço às escolhas individuais e um encontro social; um ato de navegação objetiva e um se perder encontrando músicas inesperadas. Nas buscas, nas navegações pelos links e pelas tags, encontros com o coletivo sugerem descobertas e acesso a músicas e músicos até

então desconhecidos. Neste artigo buscou-se analisar o desenvolvimento de espaços sociais e a emergência de uma inteligência coletiva, bem como refletir sobre as diferentes dimensões de experiência estética que podem ser vivenciadas nas redes telemáticas. Como se observou, a experiência estética das músicas em fluxo envolve três dimensões inter-relacionadas. A primeira evoca a escuta propriamente dita, com toda sua complexidade sensorial, perceptiva e cognitiva. O ato de ouvir músicas atentamente, saboreando a qualidade sonora, observando a riqueza dos elementos pode, muitas vezes, vir associado à experiência estética. A segunda dimensão abrange as vivências relacionais, em rede. A escuta da música em fluxo é, em potencial, uma escuta em grupos, comunidades evanescentes que compartilham pontos de interesse em comum. A terceira dimensão da experiência refere-se às representações do ato em si: diagramas, mapas, arquivos, registros de percursos. Nesse nível, a escuta da música em fluxo revela-se em toda sua transparência, enquanto relações com networks e base de dados, em um continuum de experiências vividas.

Referências

- ANDERSON, Chris. *The long tail: why the future of business is selling less of more*. New York: Hyperion, 2006.
- BACHELARD, Gaston. *O direito de sonhar*. São Paulo: Difel, 1985.
- CASTELLS, Manuel Castells. *A sociedade em rede: a era da informação: economia, sociedade e cultura*, vol. I. São Paulo: Paz e Terra, 2005.
- CHEVALIER, Jean; GHEERBRANT, Alain. *Dicionário dos símbolos*. Rio de Janeiro: José Olympio, 2002.
- DEWEY, J. *A arte como experiência*. (Coleção Os Pensadores). São Paulo: Abril, 1980.
- G1. Site da Globo. Acessado em 17/5/2007. Atualizado em 17/5/2007.
- LÉVY, Pierre. *L'intelligence collective: pour une anthropologie du cyberspace*. Paris: La Découverte, 1994.
- _____. *As tecnologias da inteligência: o futuro do pensamento na era da informática*. Rio de Janeiro: Ed. 34, 2004.
- MANOVICH, Lev. "Novas mídias como tecnologia e idéia: dez definições". In: LEÃO, Lucia. *O chip e o caleidoscópio: reflexões sobre as novas mídias*. São Paulo: Ed. Senac, 2005.
- O'REILLY, Tim. *What Is web 2.0: design patterns and business models for the next generation of software*. O'Reilly Publishing, 2005.
- PRIMO, Alex. *O aspecto relacional das interações na Web 2.0*. XXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2006, Brasília. Anais, 2006. Disponível em: <http://www6.ufrgs.br/limc/PDFs/web2.pdf> Acessado em 15/7/2007.
- RHEINGOLD, Howard. *Multitudes inteligentes: la próxima revolución social*. Barcelona: Editorial Gedisa, 2004.
- SHUSTERMAN, R. *Vivendo a arte: o pensamento pragmatista e a estética popular*. São Paulo: Editora 34, 1998.
- VANDER WAL, Thomas. *Explaining and showing broad and narrow folksonomies*. Feb 21, 2005. Disponível em: <http://www.vanderwal.net/random/entrysel.php?blog=1635>. Acessado em 02/7/2007.