

#

sexta-feira, 3 agosto 2018

Pesquisa... <


[A RÁDIO](#) [MÚSICA](#) [PODCASTS](#) [CONCURSOS](#) [FALE CONOSCO](#)


NOVIDADES GREEN Estudo resulta na primeira enzima sintética totalmente abiótica

Home /



imagem: facebook.com/abcdj.eu

ALGORITMO CONSEGUE DEFINIR EXPRESSÃO MUSICAL DE UMA MARCA EM 80,1%

[Facebook](#) [Twitter](#) [WhatsApp](#) [Email](#)

O ABC_DJ é um programa de pesquisa e inovação de grande escala, financiado pela União Europeia, que explora e desenvolve novas formas audio Branding. Uma das novidades desse projeto é a criação de um poderoso algoritmo que escolhe automaticamente a música relevante para uma marca, confiando apenas no conteúdo de áudio de seu banco de dados. Com este software, as marcas e agências de publicidade podem encontrar automaticamente a música certa para qualquer campanha, dando ao planejamento estratégico uma dimensão sonora.

"O algoritmo de recomendação ABC_DJ pode prever o ajuste de uma música para uma marca ou a expressão musical de uma marca com uma precisão de 80,1%. O valor máximo teórico de 100% nunca pode ser alcançado, porque as pessoas têm e sempre terão uma reação diferente à música", diz Dr. Jochen Steffens da Universidade Técnica de Berlim, na Alemanha.

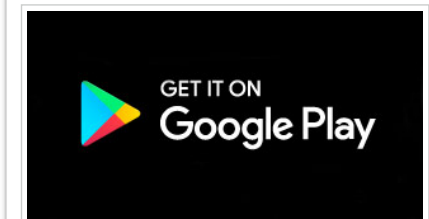
O algoritmo extrai expressões musicais como percebidas por diferentes grupos-alvo a partir de sinais de áudio e fornece a música personalizada de ajuste da marca para cada contexto. Para criar tal sistema, os pesquisadores do ABC_DJ primeiro desenvolveram um vocabulário com o qual descrever sistematicamente a música no contexto da marca. Um inventário foi estabelecido com nove especialistas em audio branding e refinado por 305 especialistas em marketing. O próximo passo no processo de desenvolvimento foi testar esse manual semântico no campo. Um pool de 28.543 músicas foi utilizado, das quais 549 foram selecionadas para avaliação detalhada. Em seguida, foi realizado um experimento de escuta em larga escala, no qual 10.144 participantes da Alemanha, Espanha e Reino Unido foram solicitados a combinar características semânticas com músicas (moderno, romântico, inovador, feliz, confiável).

A análise estatística dos resultados – mais de 53.344 medições com base em 2.018.704 pontos de dados – identificou as 36 características mais relevantes para a música e para as marcas. A amostra foi equilibrada em relação à idade, país e educação para garantir insights representativos sobre como

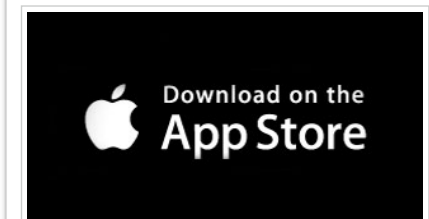
OUÇA A GREEN FM



BAIXE NOSSO APP PARA ANDROID



BAIXE NOSSO APP PARA IOS



ESTE É UM PARCEIRO GREEN FM



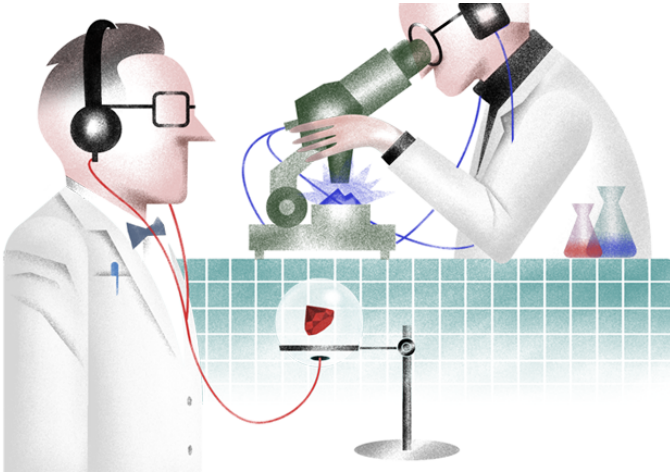
ESTE É UM PARCEIRO GREEN FM

diferentes grupos-alvo percebem a expressão semântica na música. Para operacionalizar essas descobertas, foi necessário mapear recursos semânticos em recursos acústicos.

O parceiro do projeto em Paris IRCAM (Instituto de Pesquisa e Coordenação de Música e Acústica) extraiu uma vasta quantidade de informações das 549 músicas usadas no experimento de escuta, quebrando suas harmonias, ritmos, instrumentação, gêneros e estilos em um sinal por nível de sinal. Usando procedimentos de aprendizado de máquina altamente eficazes (como a chamada regressão de floresta aleatória), um algoritmo foi desenvolvido para encontrar as características acústicas mais capazes de prever as avaliações de música dos ouvintes reais. Este módulo de previsão é o coração do sistema ABC_DJ.

“O ABC_DJ agora pode ser considerado como um padrão a ser usado pelas agências de criação para descrever as marcas e músicas relacionadas às marcas”, diz Robin Hofmann, co-fundador e diretor de criação da HearDis!.

Mas como exatamente o algoritmo de recomendação ABC_DJ funciona? Baseia-se em quatro fatores básicos: valência emocional, excitação emocional, autenticidade e pontualidade. Embora grupos-alvo diferentes descrevam inevitavelmente uma determinada peça musical de diferentes maneiras, é geralmente possível destilar e harmonizar suas descrições usando esses fatores.



We're glad to announce that we have created a powerful algorithm to predict brand-fit music relying solely on the audio content of the songs themselves, rather than on manually assigned tags.

With the ABC_DJ procedure we have build a new way of shaping a brand with music.

Read full press release here:.... [See more](#)

5 Comment 2

Mais detalhes sobre o projeto ABC_DJ e discussões sobre a tradução de identidades de marca para o domínio musical serão destacados no dia 20 de setembro no Audio Branding Workshop, na sede do IRCAM, em Paris, comandando pelas agências HearDis! (Alemanha) e Sixième Son (França). Todos os detalhes estão aqui: <https://www.audiobrandingworkshop.com/>

Via Phys.Org

Marcados com: ALGORÍTIMO AUDIO BRANDING COMPRTAMENTO INOVAÇÃO MÚSICA PESQUISA TECNOLOGIA

ARTIGOS RELACIONADOS



INSTITUTO
ETHOS

ESTE É UM PARCEIRO GREEN FM



ESTE É UM PARCEIRO GREEN FM

eco fácil

ESTE É UM PARCEIRO GREEN FM

sports fuse
Marketing Esportivo

ESTE É UM PARCEIRO GREEN FM

O PODER DA COLABORAÇÃO

SIGA NOSSA PLAYLIST NO NAPSTER