

O disco enquanto acesso: Pós-escassez, curadorias artificiais e o futuro da escuta

The Record As Access: Post-Scarcity, Artificial Curation and the Future of Listening

RÔMULO MORAES

Universidade Federal do Rio de Janeiro

romulocmoraes@gmail.com

Resumo: O presente trabalho visa analisar as condições de escuta musical a partir da emergência do capitalismo cognitivo ou de plataformas. Apresentamos o mercado fonográfico como um experimento de vanguarda no que diz respeito à comoditização do incorpóreo, à disputa pela desterritorialização dos *commons* e ao uso indiscriminado de algoritmos de mapeamento das subjetividades e previsão de escolhas e gostos. Nesse contexto, os discos musicais aparecem não mais enquanto objetos ou entes simples, mas enquanto portais de acesso a determinados repositórios codificados de arquivos, isto é, enquanto interfaces, e os artistas que pretendem manter sua autonomia precisam também se tornar mediadores do que criam. Tal perspectiva engendra novos paradigmas em relação a, entre outras questões, o papel das práticas curatoriais e a preservação da memória cultural.

Palavras-chave: capitalismo cognitivo; algoritmos musicais; escuta digital; Spotify

Abstract: The present work seeks to analyze the social conditions of music listening from the emergence of cognitive capitalism onwards. We present the phonographic market as an avant-garde experiment in regards to the commoditization of the incorporeal, the dispute for the deterritorialization of commons and the indiscriminate use of algorithms to map subjectivities and predict choices and tastes. In this context, music records appear not as simple objects or beings, but as gateways to access certain codified repositories of files, that is, as interfaces, and artists that want to maintain autonomy need to become mediators of what they create. This perspective generates a new paradigm in relation to, among other things, the role of curatorial practices and the preservation of cultural memory.

Keywords: cognitive capitalism; music algorithms; digital listening; Spotify

Em um dos contos mais conhecidos de Jorge Luis Borges (2007), "A Biblioteca de Babel", o universo é uma biblioteca infinita, que abriga uma quantidade inumerável de livros contendo todas as possibilidades combinatórias de palavras. Como as prateleiras guardam todos os tomos passíveis de serem escritos, todas as virtualidades, a maioria dos textos são incompreensíveis, saladas de letras mal organizadas em frases aparentemente sem sentido, replicações de uma mesma letra *ad nauseam* e trechos de dialetos que só poderiam ser decodificados por uma raça alienígena desconhecida. A única regra da Biblioteca é que não há quaisquer livros idênticos: cada um dos volumes é único, ainda que por detalhes. Em meio às estantes que se interpenetram, alguns peregrinam em busca de um livro que lhes revele o segredo dessa gigantesca matriz, enquanto outros formam seitas para atear fogo aos livros que julgam inúteis, na sanha de purificar a Biblioteca da confusão em que está imersa.

Com o alvorecer do século XXI, não é difícil ver no conto de Borges uma metáfora premonitória para a bomba informacional da sociedade pós-moderna. Baudrillard e Pierre Lévy são alguns dos mais célebres pensadores que recorreram ao autor argentino para pensar essa transformação. Apoiar-se nesse texto específico de Borges é tão comum, aliás, que ele se tornou uma espécie de clichê acadêmico. Porque os modos de relacionamento e consumo que se instituíram com o advento da internet refletem precisamente aqueles que Borges havia descrito, já na Segunda Guerra, em suas confabulações metafísicas. Hoje, não é mais a escassez que se interpõe entre o sujeito e seu objeto de desejo, mas justamente a superabundância, como nas galerias hexagonais da Biblioteca de Babel. E o valor da informação está em seu recorte inteligente, em sua organização e hierarquização, mais do que em sua disseminação.

Desde o fim da sociedade feudal, o consumo tem sido o elemento responsável por mediar a escassez. Independente do produto ou serviço vendido, o comércio seria feito com base na necessidade de usuários conseguirem algo limitado, isto é, finito, um recurso que só teria valor por sua ausência, pela falta – simulada ou não – que faria. No mercantilismo e no capitalismo tradicional fordista, então, é essa dicotomia entre escassez e necessidade, entre oferta e demanda, que administra, por meio de sua lógica própria, a mecânica dos preços. O que é raro tem custo alto, e quanto mais raro, mais alto, enquanto aquilo que é farto ou meramente desinteressante é, por sua vez, barato, na mesma proporção. Podemos problematizar essa visão "ingênua" de mercado, é claro – a dinâmica dos preços muitas vezes é manipulada por *big players* e os mecanismos do capital fazem de tudo para se escamotear sob a égide de um sistema supostamente natural, transparente –, mas trabalheemos, a princípio, com essa simplificação.

O que é certo é que tal cenário muda completamente a partir do capitalismo tardio (ou "capitalismo cognitivo" [Negri; Hardt, 2009], ou ainda "capitalismo pós-fordista" [Harvey, 2008]), quando o uso de recursos naturais parece estar chegando a um ponto de inflexão e o mercado precisa se adaptar, se dilatar e metastasiar para continuar devorando o que está no caminho de sua marcha impassível. Assim, as corporações começam a comoditizar estratos cada vez mais fantasmáticos da partilha comum, a transformar em objetos de consumo não apenas bens reais, mas bens etéreos, meta-bens, como dados e

experiências (Crary 2016). Ao mesmo tempo, a viabilidade de tornar os próprios produtos imagens de síntese computadorizadas, sem extensão própria, desfaz a correlação entre esses produtos e o estoque de recursos naturais que teoricamente funcionaria como sua contraparte originária, seu lastro na realidade.

Antes de analisarmos as questões que norteiam essa passagem entre um capitalismo e outro, é importante notar que levaremos em conta aqui um mercado que já se digitalizou por inteiro e no qual o grande elemento de controle regulatório do consumo – o dinheiro – foi praticamente retirado de cena: o mercado fonográfico. Dizemos que o mercado fonográfico é um experimento de vanguarda exatamente porque foi um dos primeiros a se desligar da materialidade. Até dez ou quinze anos atrás, as músicas estavam atreladas a discos físicos, a bens físicos, e a escassez de recursos para produzir os discos, aliada à necessidade de o artista se submeter a cadeias industriais constituídas, encarecia a escuta das músicas que eles continham. As músicas estavam acopladas às condições materiais de sua produção. Agora, no entanto, elas parecem surgir do nada, eclodem do ar mais fino, em arquivos de computador e interfaces virtuais que muitas vezes estão dissociados do gasto de dinheiro, ao menos superficialmente. A liberdade para o consumo desenfreado, para o colecionismo idílico, que antes era exclusiva dos ricos, pois eles podiam desenhar sua relação com a música sem sofrer as pressões costumeiras da pobreza, passa a caber a qualquer um com acesso à internet, às estruturas de compartilhamento online e às técnicas que o engendram. O consumo se torna ainda mais abstrato e poroso, já que mais próximo de uma simples escolha de ocasião, baseada em gostos e diretrizes pessoais e na capacidade de explorar de modo positivo a fauna musicológica à disposição.

Sobre isso, Antoine Hennion (2001) dirá que nunca antes na história a música esteve assim a nosso dispor, e que o novo século representa a emergência de um ente social inédito, o "ouvinte" ou "*music lover*" ["amante de música"], híbrido de diletante e consumidor que, por sua vez, dilui as figuras puras do "diletante" e do "consumidor". O fato de discos passarem a ficar sempre disponíveis, em circulação, livres da criterização financeira, desloca a sociologia da música das formas de encontro com as músicas propriamente ditas para as "estratégias de criação de oportunidades de escuta" (Hennion 2001, 5). O que vale mais a pena analisar, para Hennion, então, não é tanto o que está num disco ou seu contexto, e nem a cosmovisão a partir da qual os sujeitos chegam a ele, mas como as práticas de escuta em rede resultam em e de uma instrumentalização da paixão musical, dos processos de individuação e das ferramentas do imaginário midiático.

Como se verá, não vamos tão longe até a afirmação de que o acesso à música se democratizou realmente. O capitalismo sempre encontra maneiras de impor novas restrições, novos guardiões oficiais, novas formas de controle e reificação. E não pretendemos fazer um exercício de clarividência para prever as trajetórias de consolidação futura desse capitalismo; nos limitamos a denotar seu aspecto tentacular. Mas pensamos, sim, que delinear os modos de escuta atuais é também descrever essas paisagens maquínicas em construção e ter um especial "cuidado com o possível" (Stengers 2016). Concordamos que hoje a música não é apenas o som, mas uma série de conceitos

que estão imbuídos ao som e que se expressam univocamente quando os escutamos, quando os incorporamos à nossa identidade, e que as músicas e os artistas se misturam a nós tanto quanto nós nos misturamos a eles, em um processo de dupla simbiose.

Se há uma disputa pela livre circulação da música, entretanto, sua existência está diretamente vinculada ao conflito entre pirataria e direitos autorais. Quando, em 1999, Shawn Fanning criou o Napster, primeiro programa de compartilhamento de arquivos em rede, produziu uma disrupção no tecido de um verdadeiro império comunicacional. A multimilionária indústria da música, que por mais de 50 anos centralizara suas operações de produção, distribuição e publicização, tornou-se, de um dia para o outro, dispensável, como uma carcaça vazia. Não é à toa que Fanning se vê envolto em uma série de processos jurídicos que culminarão, em 2001, com o fim do Napster e sua completa falência. A essa altura, todavia, o estrago já estava feito: não apenas cerca de 20 milhões de usuários puderam se aproveitar dos serviços proporcionados pelo site impunemente como um novo paradigma se abriu a partir dele: a pirataria tinha mostrado suas cartas, e uma frente digital de combate à concentração de poder se anunciava no horizonte.

Em *A Hacker Manifesto* (2004), McKenzie Wark propõe uma escrita da história em que o hacker e o pirata têm papel fundamental como cocriadores de linhas de fuga para a constante vetorização existencial do direito de propriedade. Para ela, primeiro o desenvolvimento econômico levou à abstração produtiva da terra, seguida de uma abstração produtiva do capital (uma espécie de tentativa de denominador comum universal) e, enfim, de uma abstração produtiva da informação, estágio em que nos encontraríamos hoje. Metáfora similar aparece em Lazzarato (2006), que afirma que os direitos de propriedade intelectual são uma forma de reintroduzir a política de cercamentos que os ingleses impuseram aos campos durante a Primeira Revolução Industrial, e em Bauwens (2005), que apresenta a economia distributiva como uma nova modulação da histórica disputa pela territorialização do mundo comum, aquele que todos nós compartilhamos e ao qual pertencemos, mas que não é a "propriedade pública", senão a não-propriedade. "Vivemos sob o mesmo céu", diz um ditado apócrifo que pode muito bem definir esse objeto de difícil enunciação, o qual Negri e Hardt (2009) chamam de "*common*". A partir da internet, a informação é a nova fronteira da colonização dos *commons*.

Entretanto, Lazzarato (2006, 180) também afirmará que "a tentativa, por parte da nova economia, de impor uma centralização hierárquica (...) não foi bem-sucedida", atrelando esse fracasso à insistência das empresas na supremacia da escassez, que corresponderia a uma lógica de mercado antiquada e fadada ao fracasso. Outros teóricos do compartilhamento em rede repetirão esse argumento sobre como as corporações não têm sido capazes, ainda, de cooptar os novos modos de consumo. A superabundância aparece como empecilho aos objetivos dessas entidades. "Em uma economia da abundância, (...) os pedágios para o acesso ao conhecimento, à rede, são recebidos pior ainda que as outorgas no Antigo Regime" (Moulier-Boutang 2001, 28). E assim, se a cada etapa do jogo civilizacional os *commons* têm sido particularizados, contornados e envelopados por uma forma diferente de privatização (com base em unidades mínimas de mais-valia diferentes a cada vez), há, no entanto, uma diferença no que diz respeito

aos novos *commons*, porque estes não têm utilidade localizável e não podem ser regulados por instituições ou leis específicas; pelo contrário, eles estão universalmente disponíveis.

O que queremos dizer com isso é que, de modo a não perder de vista os movimentos ulteriores do preço – a não deixar nada escapar inconspicuamente ao lucro potencial –, o capitalismo precisa manufacturar uma quantidade tolerável de escassez. Para isso, ele asfixia o comum ao mesmo tempo em que estimula sua lenta expansão (porque, querendo ou não, precisa de alguma quantidade dele para existir). É por isso que o mercado opera com vários métodos de captação do comum, então. A especulação imobiliária é exemplo corrente desse efeito: se não há um meio de taxar a presença de pessoas numa praia ou num bairro arborizado, digamos, os imóveis que os circundam sobrevalorizam, encarecendo também os estabelecimentos comerciais ao redor e causando um entranhamento da estrutura social – praias de rico, praias de pobre.

Mas, no caso do capitalismo cognitivo, a capacidade de controle meticuloso da escassez se perdeu. Nem mercado nem governo conseguem firmar rumos para a informação, que passa a ser regida por cibercomunidades descentralizadas, grupos de afinidade e arquiteturas de *software* anárquicas, agregadas de maneira coletiva. A informação ainda é a unidade mínima de mais-valia corrente, entretanto, ainda que dispersa. Bauwens (2005, 6) afirmará, por isso, que “o capitalismo se tornou um sistema que se fia em redes de distribuição computacional”. Isto é, o capitalismo passa a se apoiar nesse sistema instável, que ele mesmo ainda não sabe gerenciar. Toda a infraestrutura de empresas e governos atesta para essa abertura a (e mesmo dependência de) programadores de T.I. que atuem como seus centros nevrálgicos, por exemplo.

É essa abertura que pode ser aproveitada pelo hacker para criar novos mundos, para divisar fendas na geografia das organizações. É por se aproveitar da confiança do capitalismo em suas redes e subverter as regras agenciadas pelas caixas-pretas que o hacker aparece como a classe que antagoniza a dos monopolistas (Wark 2004). A pirataria vai contra a lógica do capitalismo, libertando os potenciais de participação no comum de sua monetização compulsória, porque fabrica novos tipos de relação e arranjos de componentes no interior da máquina do capital (Wark 2004). As reivindicações das várias subseções do Partido Pirata por todo o mundo desde sua fundação, na Europa, em 2006, bem como a significativa militância em favor do ideal de *copyleft* no início dos anos 2010, vão nessa direção: querem desobstruir os *commons* de seus grilhões axiológicos por dentro do próprio mecanismo de abstração produtiva.

Analisar os conflitos entre a difusão da pirataria de arquivos .mp3 e as tentativas do mercado fonográfico de encampá-la, então, envolve entender, mesmo por alto, os princípios do sistema pluridialógico utilizado pelo Napster e outros programas do gênero. O P2P (do inglês “*peer-to-peer*” [“par-a-par”]) é um método de compartilhamento de arquivos que 1) ocorre em redes de distribuição cujos agentes têm autonomia para determinar com quem se conectam por vez, 2) com participação equipotente, isto é, sem que haja seleção prévia de participantes com base em uma arbitragem de credenciais, e 3) de articulação holóptica, já que cada participante tem acesso às informações de todos os outros em termos de contribuição para a rede. Essa dinâmica P2P permite a elaboração

de um espaço intersticial entre as memórias de vários aparelhos, por onde as informações fluem, boiando mutuamente de lado a outro.

Essa é a primeira vez que uma economia de larga escala (um regime de governança e alocação de bens) pode ser estabelecida por cooperação livre enquanto simultaneamente se orienta pelo valor da solidariedade comunitária. Historicamente, há poucos precursores do sistema P2P. Podemos pensar, por exemplo, no *potlatch*, cerimônia de tribos da América do Norte e da Melanésia em que os sujeitos são incentivados a renunciar a seus bens materiais e doá-los, como forma de equalização das riquezas coletivas. Mas mesmo o *potlatch* era um evento especial, como denota Huizinga (2014), uma espécie de jogo celebratório esporádico que mais se compara às nossas Olimpíadas que a um mercado municipal. E o que a antropologia mais consagrada (Malinowski 2018; Mauss 2017) se acostumou a chamar de "economia de oferta", para se referir às trocas qualitativas das sociedades pré-feudais, envolvia necessariamente uma expectativa de reciprocidade (Sahlins 2017), ou, quando não, nunca teve relevância para além do escambo comum (em que, de toda forma, cada parte pretende levar vantagem sobre a outra).

Na verdade, para Fiske (1993 *apud* Bauwens 2005), há apenas quatro modelos de organização dos *commons* na maior parte das culturas: repartição comutativa, ranqueamento por autoridade, correspondência igualitária e atribuição mercadológica. A maioria das civilizações utiliza uma mistura das quatro, com um sempre tendo maior força: sociedades agrícolas se apoiavam predominantemente no segundo modelo, enquanto a economia capitalista se apoia no quarto. É por isso que, mesmo no seio do liberalismo clássico, como entre as formulações dos pensadores iluministas, há resquícios de ideias aparentemente antipropriedade, como a da educação universal: esta apenas sugeriria uma despressurização do destaque dado ao modelo de atribuição mercadológica. Dessa forma, o P2P pode ser a realização de um ideal iluminista – a abolição da educação restritiva pelo compartilhamento de informações –, e, por outro lado, a desposseção desse mesmo ideal – a subversão das "hierarquias racionais" do mercado.

A formação de híbridos ou mistos complexos de formas mercantis e arquétipos de sociabilidade está no centro das disputas envolvendo o P2P. Hoje, o conflito pela consolidação institucional enquanto paradigma de consumo é entre a pirataria e a chamada "economia de cauda longa", que cobra o usuário múltiplas vezes (via *data mining*, no mínimo) por seu acesso continuado aos serviços oferecidos. Bastante ilustrativo disso é a popularidade dos aplicativos *freemium*, que não são comprados, mas exigem a confirmação constante de micro pagamentos para que se acesse o conteúdo completo ou se tenha alguma vantagem comparativa em relação aos outros usuários. Nesse caso, não há mais uma passagem entre "ter" e "não ter" o produto: sua compra se pulveriza por pequenos gastos ao longo de toda a cadeia de usabilidade, e baixá-lo "gratuitamente" é apenas receber permissão para testar seus aspectos mais básicos – para se expor a seus estímulos mais agudos e viciantes e a eventuais anúncios publicitários.

É claro que esses produtos não estão sendo disponibilizados de graça como acontece na pirataria em P2P. Apenas inventou-se um novo método de cobrança (aliás, mais intrincado, pois menos nítido) na tentativa de tapar o vácuo criado pela disrupção

hacker utilizando uma máscara que a ele se assemelha: uma gratuidade suposta, simulada. É por isso que a guerra contra a pirataria não se dá mais na esfera jurídica ou moral, mas "no domínio da ecologia institucional do ambiente digital (...). Vemos essa batalha se desenrolar em todas as fases do sistema informacional: dos dispositivos físicos aos canais de rede necessários à comunicação" (Benkler 2006, 23). As grandes empresas, então, não precisam mais se opor à militância anti-*copyright* ou à oferta universal de músicas, mas, antes, manter seu ritmo de indexação desse conteúdo livre:

A própria empresa Google é (...) claro exemplo de império tecnológico construído sem precisar da proteção de qualquer regime estrito de *copyrights*. A empresa Google apoia declaradamente o livre-conteudismo, liberdade total para os conteúdos produzidos pelo trabalho livre das multidões livres da internet. Não poderia ser diferente: a empresa precisa desse conteúdo para manter sua voraz indexação. Nesse cenário, é preciso mudar o foco político: das questões de propriedade intelectual, é preciso passar afinal para a questão da exploração do conhecimento, para entender como a mais-valia é extraída e acumulada na esfera digital, a partir de serviços aparentemente gratuitos. (Pasquinelli 2010, 5)

Não há metáfora melhor para a atual tendência de mercado que o Napster ter se tornado um serviço de *streaming* nos moldes do Spotify e pertencer agora à multinacional Rhapsody Inc., que em 2018 teve mais de U\$100 milhões em lucros. O capitalismo fagocita seus opositores, como propõe Guattari (1994), enquistando-os a seu equilíbrio metaestável.

As plataformas de *streaming* têm crescido exponencialmente porque a regra da conquista de consumidores, neste tempo, é a da conveniência. O uso do Spotify é mais fácil e rápido e requer menor dispêndio de energia que o uso de programas de P2P, inclusive porque esses programas não se sustentam sozinhos: exigem, em um ponta, uma memória persistente que armazene os arquivos baixados, como a de um *hard drive*, e, na outra, programas de coordenação e reprodução de áudio, como o iTunes e o Winamp. O Spotify integra essa teia tríplice em uma plataforma única. Assim, é como se o iTunes fosse uma biblioteca particular, um cômodo nos fundos da casa, enquanto o Spotify é uma biblioteca universal em máxima rotação.

Mas a "unificação" de programas efetuada pelo Spotify, bem como essa sua conveniência latente, não advêm senão de uma homogeneização da experiência com os aparelhos. Quanto mais vínculos precisam ser tecidos manualmente pelo usuário, mais chances este tem de utilizar os programas de maneira idiossincrática, inovadora e polivalente. Cada conexão e cada nó entre aplicativos é uma encruzilhada, uma chance de escapar ao labirinto *input-output* pré-programado neles (Flusser 2017). De acordo com Crary (2016, 59), esse tipo de homogeneização da experiência, que acontece com mais pujança a partir dos anos 1990, "teria sido responsável por uma 'sincronização em massa' da consciência e da memória", implicando "a perda da identidade da singularidade subjetiva" e conduzindo "ao desaparecimento desastroso da participação e criatividade individuais na construção de símbolos que trocamos e compartilhamos entre nós". Continua ele, mais

adiante: "as respostas se convertem em fórmulas e, na maioria dos casos, reduzem-se a um pequeno inventário de gestos e escolhas possíveis" (Crary 2016, 67).

O pessimismo exagerado da perspectiva de Crary é admitido até por ele mesmo nas páginas que se seguem. Não seremos apocalípticos nem estaremos desligados de nosso tempo a ponto de deixar que a investigação descarrilhe para a tecnofobia indiscriminada, como alguns comunicólogos associados à Teoria Crítica. Há que se admitir que, em certo sentido, os progressos técnicos descolam "linhas duras" culturais e realizam novos estar-no-mundo; nem toda superestrutura industrial oprime, constrange ou avilta as subjetividades. Os estudiosos da história da música já sabem bem, por exemplo, que o surgimento do gramofone aumentou a acessibilidade a estilos musicais periféricos, causando uma explosão de diversidade no início do século XX, com o lançamento de compilações de sons étnicos que resultariam, alguns anos depois – mas ainda antes da globalização –, na chamada *world-music* (Iazzetta 1997). Poderíamos dar centenas de outros exemplos de como a tecnologia influenciou positivamente (e mesmo magicamente) as possibilidades de deriva musical. Entretanto, da mesma forma que não adotamos a posição de Crary, também não adotamos a dos progressistas liberais para quem um tempo social messiânico estaria próximo, à espera de um discreto deslocamento do presente. Antes, pensamos que "o conjunto 'maquinístico' da comunicação da mídia é um mundo de transformação e constituição, como todos os outros mundos 'maquinísticos' em que se encontra inserida a vida do ser humano" (Negri 1994, 174).

Assim, é evidente que o armazenamento contínuo, sem vincos, do Spotify engendra um novo nível de abstração do disco enquanto objeto, e que isso pode e deve ser problematizado e discutido sem qualquer satanização. Nos parece que, com o iTunes, o disco já estava transmutado em números binários, inextensos, mas agora a informação nem precisa de um veículo que a conserve e resguarde como centro monádico. A nuvem, o armazenamento telemático sem fundo, virtualiza também a memória de um objeto que já é virtual. Sustentamos que esse novo espiralar sobre o próprio eixo é fundamental para a análise das sociabilidades da música hoje. Primeiro porque permite a existência de um tesouro infinito, que, em contrapartida, por sua desproporção em relação à temporalidade humana, nos causa certa angústia (Crary 2016). Segundo porque essa quantidade de conteúdo força os aparelhos a funcionarem através de um aparato algorítmico que determina autarquicamente (ainda que invisivelmente) as práticas de escuta.

Quer dizer, a quantidade de dados que o Spotify guarda é tão grande que é imperativo selecionar esses dados de modo que o ouvinte possa de fato consumir um produto executável. O mar de dados disponibilizados pelo Spotify, por si só, não é "consumível". Damon Krukowski, ex-baterista do Galaxie 500 e autor do *podcast Ways of Hearing*, chama esse tipo de estocagem de "digital sem fricção" (2017a) ao comparar a quantidade de canções escritas pelos Beatles em sua carreira de mais de uma década – 237 – com a quantidade de canções que podem ser armazenadas em um só iPod Classic – 40.000. Se considerarmos quanto "cabe" no Spotify, seremos levados à vertigem: é uma quantidade grande demais para se ouvir em uma vida.

Voltamos à metáfora da Biblioteca de Babel, pois. Se antes dizíamos que, em relação ao iTunes, que seria como uma biblioteca pessoal, o Spotify é uma biblioteca universal, agora podemos ir mais adiante para estabelecê-lo como, também, uma biblioteca pós-escassez, de recursos superabundantes. Com o Spotify, assim como com a Biblioteca de Babel – mercado pós-escassez por excelência –, não é mais o acesso aos bens que se torna valioso, mas a restrição criativa desse acesso. Não se paga mais tanto para ganhar acesso a um recurso exclusivo quanto para filtrar o recebimento ininterrupto de um recurso absolutamente inclusivo, infronteiriço, ubíquo. Se o usuário já tem acesso livre a um banco de informações infinito, ele não precisa mais comprar uma ponte até esses dados, um contato, mas, ao contrário, precisa de alguém que distinga, da massa de informações irrelevantes que recebe todos os dias – da overdose de conteúdo genérico –, conteúdos específicos que lhe interessem pessoalmente.

Não é à toa que revistas de crítica musical como a Pitchfork ganham mais e mais proeminência não enquanto divulgadoras e portais de acesso a conteúdos como antes, mas enquanto bastiões de determinados gostos institucionalizados. As publicações que no passado revelavam ao espectador um aspecto desconhecido do mundo, o descerravam, passam a recobrir tantos outros, impedindo-o de consumir algo que o rebaixaria em uma classificação de prestígio a ser reforçada pela própria revista e sua rede de colaboradores. Não é à toa que há, hoje, uma proliferação em massa de canais de YouTube focados em *lifestyle* e dos chamados *digital influencers*. O usuário precisa como nunca de um curador, de uma sensibilidade-guia na qual ele se fie plenamente e da qual possa se apropriar sem restrições.

A questão do gosto amplamente considerada não nos interessa tanto, nesse caso. Vale apenas notar que um gosto, como uma subjetividade, se funda em resposta ao Outro (por admiração ou por confrontação e desembaraçamento), e que, portanto, é sempre contornado pela “presença recorrente de um mediador, de um iniciador (...) nas etapas decisivas da [sua] constituição” (Hennion 2011, 266). Um historiador das dinâmicas da arte e das mídias digitais como Groys dirá, sobre esse processo de mediação, que, na era da internet, as obras podem se

originar, multiplicar e distribuir em campos abertos como os meios de comunicação (...), imediatamente e anonimamente, sem qualquer controle curatorial. (...) [Mas] é claro que pode-se assumir que [ainda] existem certas práticas curatoriais escondidas e uma certa agenda oculta por trás de qualquer imagem concreta e forte. (2013, 83, adaptado)

Afirmaremos então que as redes cibernéticas não aboliram as mediações e tutorias de gosto, mas apenas as escamotearam e as retiraram do âmbito da conjugação propriamente humana.

O papel do algoritmo é decisivo justamente porque a ideia desse dispositivo é eliminar, pouco a pouco, a necessidade de curadores humanos. Até porque, com a dispersão continuada de discos, a tendência é que esses atores sejam incapazes de dar conta de todo o conteúdo musical ejetado na rede, tanto quanto o usuário o é atualmente. O perigo maior, à vista disso, é que a substituição da curadoria humana pela curadoria

artificial aconteça antes do algoritmo estar otimizado o suficiente para repor o trabalho de seleção sem perda de qualidade, ou sem o abandono do aspecto amoroso da pesquisa (no fundo, uma aventura, um desvendar de pistas cogno-sensíveis, mais do que uma orientação e preparação para o consumo), e que assim a liberdade de escolha vá sendo restringida pelo labirinto algorítmico, que fiquemos agarrados a seus contornos em estado de servilismo.

Entender a posição "ideológica" dos algoritmos e a retransmissão de uma vontade neles é um problema urgente nesse contexto. A análise que Pasquinelli (2010) faz do mecanismo de *Page Rank* do Google dá uma pista dessa urgência, já que demonstra que, a partir da descoberta da chave que regula um algoritmo hipertextual, pode-se furá-lo, torcê-lo, burlá-lo e, com efeito, anular sua suposta imparcialidade no trabalho de seleção. É isso que acontece nas "técnicas SEO" aplicadas por agências de marketing digital: trata-se de uma forma de se aproveitar dos mecanismos de ranqueamento de resultados para "subir" nas buscas, o que se traduz, por sua vez, em retorno financeiro. Entretanto, o preço que se paga por isso, muitas vezes, é a precarização dos conteúdos priorizados pelas buscas. Como o Google dá mais peso a sites que linkem outros, as técnicas de SEO geram verdadeiras tramas de portais que reúnem centenas de links (em sua maior parte, para outros sites do mesmo tipo) sem apresentar qualquer conteúdo real ou significativo sobre a busca em questão senão envolvendo as palavras-chave procuradas.

O que ainda não ficou totalmente claro é que essa prática pode ter consequências devastadoras, já que o Google é, além de uma empresa de tecnologia, um sistema de organização do conhecimento coletivo e do discurso público. E quem pesquisa sobre sintomas de câncer hoje, por exemplo, cai em uma série de sites que ou apenas tangenciam o que há de literatura corrente sobre o tema, ou apelam agressivamente para chavões pseudocientíficos, ou apenas redirecionam o leitor para outros sites de igual irrelevância (com a exceção muitíssimo digna do Wikipedia). Isso sem falar nos enunciados morais implicados nesses resultados. Os algoritmos "estão remodelando nossas sociedades: compram e vendem na bolsa, calculam a prioridade de doações de órgãos em hospitais, se tornam arma na guerra contra o terrorismo pelo controle de 'listas da morte'" (Bunz 2017) e controlam ainda mais dispositivos que utilizamos diariamente, como semáforos e sistemas de calefação, sem que confrontemos moralmente suas escolhas.

Em relação à música, é pertinente pensar, por exemplo, em como o algoritmo do YouTube popularizou uma série de discos razoavelmente obscuros. O caso de *Through the Looking Glass*, de Midori Takada, é um dos mais conhecidos: o disco de *ambient* japonês de 1983 praticamente desapareceu à época de seu lançamento – com um lucro bruto de cerca de \$750, no total –, mas ganhou status de obra-prima *cult* a partir de 2017, quando o algoritmo do YouTube passou a recomendá-lo a um espectro amplo de ouvintes ("qualquer um com o menor interesse por minimalismo e música eletrônica pouco convencional" [Pepperell, 2017]). *Plantasia*, de Mort Garson, *Faith in Strangers*, de Andy Stott, e *Dive*, de Tycho, são mais amostras de discos de diferentes gêneros e gerações que se popularizaram graças, em primeiro lugar, ao trampolim fornecido pelo algoritmo. A quantidade de discos japoneses beneficiados pelo fenômeno é tão grande que gerou,

informalmente, sua própria categoria musical, a "Japanese YouTube Recommended",¹ que inclui artistas como Haruomi Hosono, Ryo Fukui, Taeko Ohnuki, Hiroshi Sato, Yasuaki Shimizu e Takuoro Yamashita, além da própria Midori Takada. Outros filões que parecem ter sido beneficiados pelo algoritmo são o *indie lo-fi* contemporâneo, as trilhas sonoras de filmes italianos e o rock psicodélico brasileiro.

Não queremos com isso propor um debate sobre a reapropriação de artefatos culturais ao longo do tempo ou sobre o desencobrimento tecnológico de memórias cristalizadas (o sucesso ou fracasso percebido de certos discos), mas denotar que os algoritmos também moldam gostos e têm impacto sobre a formulação de discursos e imaginários. Esse é somente um dos casos mais relatados em que o algoritmo parece "se antecipar" ao desejo do ouvinte, e com isso o norteia. Krukowski (2017b) coloca que um dos sentimentos mais comuns entre ouvintes, hoje, é que as plataformas saberiam o que se quer escutar antes deles próprios saberem, o que evoca a frase seminal de Schopenhauer: "O homem pode fazer o que quer, mas não pode querer o que quer".

Os dispositivos de previsibilidade, em verdade, estão no centro do funcionamento dos algoritmos. Para Pasquinelli (2019), algoritmos emulam técnicas ancestrais de futurologia, como as práticas tradicionais de profetas, o tarô, a geomancia etc., e haveria uma linha clara ligando a representação topológica da cosmologia védica ou o Oráculo de Delfos ao Big Data e a *softwares* autômatos, pois essas técnicas funcionariam sob a mesma lógica de desmembramento e sincronicidade de dados. A leitura de futuros é a base da efetividade dos algoritmos, e está ligada diretamente à habilidade de processar dados genéricos para construir uma estrutura de comportamento sólida e iterativa. Nesse sentido, a história do capitalismo ainda é a história da "extensão progressiva das capacidades de previsão, programação e cálculo dos comportamentos econômicos e sociais através do acúmulo de conhecimento" (Rullani 2000).

Paul Lamere, designer de algoritmos do Echonest, empresa que gerencia o setor de "inteligência musical" do Spotify, definiu o sistema de recomendação da plataforma como um processo triplo, com três etapas ou estágios de precisão (Krukowski 2017b). A primeira etapa teria base social, e recomendaria músicas a partir do que seus amigos e familiares escutam, em um cruzamento simples de dados. A segunda teria base acústica, utilizando as notas de cada música, digitalmente processadas em sinópticos e identificadas pelo computador, em contraste com as músicas já arquivadas no servidor da plataforma. E a terceira, mais certa, teria base cultural: partiria de "o que as pessoas estão dizendo sobre cada canção" (Krukowski 2017b). Se aproveitaria de bancos de dados de resenhas e comentários sobre discos para identificar a que "mundo" eles pertenceriam e assim associar uns e outros. Trata-se de um algoritmo que usa a lógica de uma versão macabra da Teoria Ator-Rede, portanto, mas, mais do que isso, um algoritmo para o qual a partícula essencial da similaridade musical é a curadoria, as recomendações e expressões de personalidade que se interpenetram ao som.

¹Proposto e popularizado por alguns usuários do site Rate Your Music, mas principalmente por esta lista: <<https://rateyourmusic.com/list/hornworts/japanese-youtube-recommendations-core/>>.

Mas o algoritmo não é apenas um modo de prever sentimentos e gostos; é também um modo de, a partir dessa sondagem, criar modelos de divulgação, atração e consumo. Se a experiência de visitar uma livraria é diferente da de comprar livros na internet, é principalmente porque, na internet, as opções do usuário já estão previamente definidas, e seus caminhos passam a ser sugeridos, tencionando-se para responder a um estímulo inicial. Comprar em um sebo é se abrir ao acaso, se permitir o encontro ocasional, coisa praticamente impossível quando se compra na Amazon, já que a página inicial do site já está contaminada pelo algoritmo que analisou, antes do acesso e automaticamente, a nossa trajetória virtual, nosso histórico de cliques e compras. Na internet, então, não é o usuário que se adapta à loja, mas a loja que se adapta ao usuário. "Isso é positivo se você sabe o que quer ou só quer o que quer. Mas e se você quer o que não sabe que quer ou o que essas empresas não estão interessadas em prover?" (Krukowski 2017b)

Paul Lamere também disse certa vez que seu sonho seria a criação de um aparelho

mágico [que] saberia automaticamente o que você quer escutar (...) Então, em vez de você perder tempo procurando que música escutar, só apertaria o *play* e ele tocaria a música certa para você, baseado em seu contexto, seu sentimento, onde você está, o que está fazendo... sem você ter que pensar a respeito disso. (*apud* Krukowski 2017b)

No sonho de Lamere, como nas distopias de Kafka ou Philip K. Dick, o homem perde sua autonomia e é submetido a uma estrutura corporativa-burocrática inumana, que o transcende.

Os mercados pós-escassez tendem a se tornar cada vez mais costumeiros, e suas práticas, a se estenderem por diferentes nichos. A Biblioteca de Babel se alastra, sorve novas planícies. Apesar disso, estes mercados *ainda são mercados*, isto é, continuam a formar o arcabouço vocabular e ferramental da engenharia complexa do capitalismo. A diferença é que, agora, no capitalismo cognitivo, e no que se refere à arte particularmente, "o que parece se vender (...) são as ferramentas, os aparelhos, [os] modos de acesso" (Obici 2008, 86) e não os objetos em si, e o procedimento de venda é menos opaco. A posse mudou de aspecto. Poderíamos concluir nossa investigação, então, com uma nota sobre essa noção de "acesso" e as questões que a cercam.

Recentemente, o MySpace, uma das primeiras redes sociais de massa e plataforma que teve atribuição central na descentralização da distribuição de músicas, deixou de existir, e todo o conteúdo que ele continha desapareceu instantaneamente. O sumiço só foi possível, nessa conjuntura, porque não havia original físico em que as mídias em questão pudessem se ancorar. O acesso a elas foi cortado para sempre, e os usuários foram privados de toda admissão ou inscrição no arquivo de músicas. Krukowski (2019) é certo ao trazer, para análise comparativa dessa situação, o que aconteceu com o Domesday Book, tipo de levantamento estatístico pioneiro realizado em 1086 por Guilherme I. O livro original ainda existe e é facilmente consultado por historiadores, enquanto a versão digitalizada em 1986 está hoje em 2 CD's LaserDiscs da categoria LV-ROM, que caíram rapidamente em obsolescência e não podem mais ser lidos – desde 2002, ninguém consegue acessar o conteúdo dos CD's. A questão do acesso, é evidente,

acarreta outras questões sobre memória cultural. Como os compositores paralelos e profissionais terceirizados que participam da produção de um álbum aparecem no Spotify, por exemplo? Em geral, não aparecem. Virtualmente, eles deixaram de existir.

E sobre essas problemáticas, quantos jornalistas ou acadêmicos levantaram objeção? Tendo em vista que o MySpace foi a principal hospedaria de arquivos .mp3 entre 2003 e 2008, a perda terminal do acesso a ele deveria parecer significativa a quem historiografa a arte na era da cibernética. Entretanto, poucos pareceram notar ou protestar a respeito desse evento (Krukowski 2019); algumas pessoas até acharam a extinção arquivológica benéfica, pois tirava de circulação registros supostamente constrangedores de uma juventude há muito superada. Isso indica, no mínimo, um desinteresse pela delicada relação entre posse e memória que vem sendo posta *sub judice* a partir da nova situação da obra enquanto acesso.

As experiências de colapso nos incêndios do Museu Nacional e da Catedral de Notre-Dame demonstram o mesmo desprezo generalizado pela memória coletiva, já que são resultado de negligência em relação aos templos físicos que a resguardam. Talvez isso se deva à crença de que o digital já garantiria, por si só, a preservação dos artefatos culturais. Mas a verdade é que a virtualização produz, em muitas ocasiões, efeito oposto: torna etéreos esses mesmos artefatos e, em troca, parece dispensar sua corporeidade. Por isso, parece-nos que é preciso propor, daqui em diante, para enfrentar a industrialização deste tempo, um preservacionismo digital, nos moldes do preservacionismo natural e artístico que John Ruskin (2004) propôs frente a industrialização de seu tempo. Quer dizer, se a obra existe apenas enquanto acesso, a possibilidade de posse de objetos virtuais ainda é um terreno em disputa, e quem controla os caminhos do acesso do usuário à obra – máquinas, programas, empresas, algoritmos –, é o regulador maior do comum, e, portanto, o mediador da memória universal.

Quanto ao lugar do artista, surgiram e se consolidaram, nos últimos anos, algumas formas principais de lidar com o novo paradigma digital. A maioria dos músicos simplesmente aceita o que está instituído e disponibiliza suas músicas no Spotify, no YouTube, no Bandcamp, tentando publicizar seu trabalho nas redes sociais de modo complementar. É uma escolha compreensível, dado que não acatá-la significa afirmar uma insurgência quixotesca, mas é, ainda assim, uma resignação ao poder desses reguladores do comum. Lembraremos aqui, entretanto, três casos de feição radical (mesmo que colateral) vinculados a formas heterodoxas de lidar com a situação do disco enquanto acesso, e que servirão para salientar a proeminência dessa situação na atualidade.

O primeiro é o caso King Crimson. Robert Fripp, líder da banda, era famoso por sua defesa dos direitos autorais e pela resistência a serviços de *streaming*, que considerava não cobrarem o suficiente pelo acesso a sua obra. Uploads de discos como *In the Court of the Crimson King* e *Red* no YouTube foram, por anos, sumariamente excluídos, por causa dos mecanismos de perseguição legal postos em prática por ele. Fripp chegava a processar até mesmo portais que, como o Last.fm, utilizassem as imagens de capa de seus discos sem sua autorização e sem pagar os *royalties* equivalentes ao uso. Isso só mudou em 2019, após quase duas décadas de reclamações e piadas, quando Fripp

enfim aceitou colocar seus discos nas plataformas, cedendo à pressão pública e aceitando um modelo que acreditava ser desfavorável. E ele só o fez porque a restrição excessiva do acesso parece representar, hoje, uma espécie de desaparecimento. Quem não está na internet, não é. Outras tentativas de se opor ao *streaming* ou de subvertê-lo, como as de Thom Yorke, também fracassaram ao ir de encontro a essa constatação.

O segundo caso a ressaltar é de Kanye West. Seu disco *The Life of Pablo* (2016), lançado em meio a um turbilhão de conflitos pessoais, teve suas músicas rearranjadas, remasterizadas e renomeadas mesmo após o lançamento oficial. Kanye apresentaria uma compilação de 10 faixas, adicionaria mais 7 faixas à lista dois dias depois, inseriria ainda uma outra e, nas semanas que se seguiram, alteraria de diversas maneiras faixas já publicadas (notório é seu tweet de 14 de fevereiro, quase uma semana após o primeiro anúncio: "*Ima fix wolves*"²). Ele criava, com isso, um disco modulável, eternamente adaptável ao escrutínio de fãs e críticos. Tal fenômeno só foi possível porque não houve lançamento físico, mas apenas a liberação do acesso aos sons a usuários da plataforma de *streaming* Tidal – houvesse objeto físico, cada modificação de faixa exigiria o *recall* de todas as peças vendidas, operação financeiramente inviável. Ao mesmo tempo, esse método de lançamento gerou uma série de cópias deformadas da versão final do álbum, que ainda hoje se proliferam pelo YouTube e por HDs pessoais, com tal ferocidade que é possível "montar" centenas de discos diferentes combinando versões de suas músicas.

E o terceiro caso exemplar é o do produtor inglês Jai Paul. As demos das primeiras faixas do que seria seu disco de estreia estouraram no MySpace no início de 2013, viralizando em poucos dias, com um misto de R&B experimental e eletrônica que foi amplamente bem recebido. Em abril do mesmo ano, no entanto, Jai Paul foi hackeado e teve várias outras demos roubadas e lançadas clandestinamente, sem sua autorização. As músicas não só não estavam terminadas como não tinham ainda ordem definida e nem, por exemplo, capa, identidade visual. Tudo isso foi escolhido por quem abriu o acesso à obra. A partir de então, era irreversível: uma versão do disco já corria pelos iPods de milhares de ouvintes sem que o artista pudesse fazer nada a respeito. Esse caso representa, evidentemente, a perda de controle do artista sobre a sua obra, já que Jai Paul não era mais o detentor da ferramenta de mediação do acesso. Ao contrário de Kanye West, que podia ver seu disco como um ser vivo mutante, um Frankenstein em sua mesa de testes, Jai Paul a tinha deixado escapar, e não possuía mais controle. O produtor entraria, por isso, em um período de depressão, e sua carreira ficaria em hiato até junho de 2019, quando publicou uma longa carta sobre esses acontecimentos e disponibilizou o *leak* do tal disco para download por um valor simbólico, além de duas novas canções que completariam o disco.

O que fica patente, nesses casos, tão diferentes quanto sejam, é que a mediação do acesso à obra parece ser um dos papéis fundamentais do artista contemporâneo, já que é

²"Vou consertar wolves", em tradução livre. "Wolves", música em parceria com Frank Ocean e Sia, tinha uma produção dissonante originalmente, e recebeu críticas por isso. Em uma nova versão, os timbres de voz e *samples* foram equalizados.

parte integrante da experiência de escuta. Hoje, a obra só preexiste enquanto acesso, e portanto só há um objeto artístico enquanto há autonomia do artista sobre o acesso a ela. Em um mundo tomado pela curadoria artificial dos algoritmos e pela sociabilidade em rede, o futuro das músicas parece cada vez mais imbricado ao futuro das mídias que as contêm, e pensar a gestão do acesso, o poder de mediação, é uma tarefa inadiável tanto para músicos quanto para teóricos da arte.

Referências

- Bauwens, Michel. 2005. "The Political Economy of Peer-Production". *Post-Autistic Economics Review*, 37.
- Benkler, Yonkai. 2006. *Wealth of Networks*. Londres: Yale University Press.
- Borges, Jorge Luís. 2007. "A Biblioteca de Babel". In: *Ficções*, São Paulo: Cia. das Letras.
- Bunz, Mercedes. 2017. "Define: algorithm". Disponível em: <<https://mercedesbunz.net/2017/10/11/define-algorithm/>>. Acesso em 04 jul. 2019.
- Crary, Jonathan. 2016. *24/7: Capitalismo tardio e os fins do sono*. São Paulo: Ubu.
- Flusser, Vilém. 2017. *Filosofia da caixa preta*. São Paulo: É Realizações.
- Groys, Boris. 2013. *Art Power*. Londres: MIT Press.
- Guattari, Félix. 1994. "Da produção de subjetividade". In: Parente, A. (Org.) *Imagem-máquina*. São Paulo: Editora 34.
- Harvey, David. 2008. *Condição pós-moderna*. São Paulo: Edições Loyola.
- Hennion, Antoine. 2001. "Music Lovers: Taste as Performance". *Theory, Culture and Society*, vol. 18, n. 5, p. 1-22.
- _____. 2011. "Pragmática do gosto". *Revista de Ciências Sociais da PUC-Rio*, n. 8, p. 253-277.
- Huizinga, Johan. 2014. *Homo ludens*. São Paulo: Perspectiva.
- Iazzetta, Fernando. 1997 "A Música, o Corpo e as Máquinas". *Revista Opus IV* (4), p. 27-44.
- Krukowski, Damon. 2017a. "Surface Noise". *Paris Review*. Disponível em: <<https://www.theparisreview.org/blog/2017/04/21/surface-noise/>>. Acesso em 03 jul. 2019.
- _____. 2017b. "Power". *Ways of Hearing*, n. 5. Disponível em: <<https://www.radiotopia.fm/showcase/ways-of-hearing/>>. Acesso em 03 jul. 2019.
- _____. 2019. "History Disappeared When Myspace Lost 12 Years of Music, and It Will Happen Again". *Pitchfork*. Disponível em: <<https://bit.ly/2OiUPd6>>. Acesso em 04 jul. 2019.
- Lazzarato, Maurizio. 2006. *As revoluções do capitalismo*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira.
- Malinowski, Bronislaw. 2018. *Argonautas do Pacífico Ocidental*. São Paulo: Ubu.
- Mauss, Marcel. 2017. *Sociologia e antropologia*. São Paulo: Ubu.
- Moulier-Boutang, Yann. 2001. "Riqueza, propriedade, liberdade e renda no capitalismo cognitivo". *Lugar Comum*, n. 13-14, p. 25-43.

- Negri, Antonio. 1994. "Infinitude da comunicação / Finitude do desejo". In: Parente, A. (Org.) *Imagem-máquina*. São Paulo: Editora 34.
- Negri, Antonio.; Hardt, Michael. 2009. *Commonwealth*. Madrid: Akal.
- Obici, Giuliano. 2006. *Condição da escuta*. Rio de Janeiro: 7 Letras.
- Pasquinelli, Matteo. 2010. "Um diagrama do capitalismo cognitivo e da exploração da inteligência social geral". *Uninomade*. Disponível em: <<http://uninomade.net/tenda/um-diagrama-do-capitalismo-cognitivo-e-da-exploracao-da-inteligencia-social-geral/>>. Acesso em: 03 jul. 2019.
- _____. 2019. "Three Thousand Years of Algorithmic Rituals: The Emergence of AI from the Computation of Space". *E-Flux*. Disponível em: <<https://www.e-flux.com/journal/101/273221/three-thousand-years-of-algorithmic-rituals-the-emergence-of-ai-from-the-computation-of-space/>>. Acesso em: 03 jul. 2019.
- Pepperell, Martyn. 2017. "How YouTube autoplay gave a lost Japanese classic new life". *Dazed*. Disponível em: <<https://bit.ly/3OfgRm1>>. Acesso em: 3 jul. 2019.
- Rullani, Enzo. 200. *El capitalismo cognitivo: du déjà vu?*. Disponível em: <<http://www.multitudes.net/El-capitalismo-cognitivo-du-deja/>>. Acesso em: 03 jul. 2019.
- Ruskin, John. 2004. *Economia política da arte*. Rio de Janeiro: Record.
- Sahlins, Marshall. 2017. *Stone Age Economics*. Londres: Routledge.
- Stengers, Isabelle. 2016. "The Care of the Possible". *Cultural Politics*, 12, p. 339-354.
- Wark, McKenzie. 2004. *A Hacker Manifesto*. Cambridge: Harvard University Press.