ΣΟΣΑΝΑ ΖΟΥΜΠΟΦ

Η ΕΠΟΧΗ ΤΟΥ ΚΑΤΑΣΚΟΠΕΥΤΙΚΟΥ ΚΑΠΙΤΑΛΙΣΜΟΥ

Ο αγώνας για ένα ανθρώπινο μέλλον στο μεταίχμιο της Νέας Εξουσίας



ΜΕΤΑΦΡΑΣΗ ΑΠΟ ΤΑ ΑΓΓΛΙΚΑ
ΓΙΩΡΓΟΣ ΜΠΕΤΣΟΣ

ΕΚΔΟΣΕΙΣ ΚΑΣΤΑΝΙΩΤΗ

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΟΚΤΩ

ΑΝΑΓΩΓΗ: ΕΜΠΕΙΡΙΑ ΣΕ ΔΕΔΟΜΕΝΑ

Αν τους βγάλεις φωτογραφία, θα σε σκοτώσουν.
Νομίζουν ότι κάτι τους κλέβεις.
Ότι κάποια στιγμή τα πράγματα [...] τελειώνουν! [...] και αν τα παίρνουν
Όλα οι άλλοι, τότε εσένα δεν σου μένει τίποτα.

ΡΟΜΠΕΡΤ ΓΚΑΡΛΑΝΤ, *Ηλεκτρικός καβαλάρης*

Φωτογραφίζοντας οικειοποιείσαι αυτό που φωτογραφίζεται.
Είναι σαν να αποκτά κανείς μια συγκεκριμένη σχέση με τον κόσμο
η οποία θυμίζει γνώση – και συνεπώς εξουσία.

ΣΟΥΖΑΝ ΣΟΝΤΑΓΚ, *Περί φωτογραφίας**

Ι. Συμπεριφορική αναγωγή

Ανησυχούμε για τις εταιρείες οι οποίες αποθησαυρίζουν τα προσωπικά μας δεδομένα και αναρωτιόμαστε για τα οφέλη που αποκομίζουν. «Σε ποιον ανήκουν τα δεδομένα;» ρωτάμε. Δυστυχώς, κάθε συζήτηση περί προστασίας και κυριότητας των δεδομένων παραλείπει το σημαντικότερο ερώτημα όλων: το γιατί ο προσωπικός μας βίος μεταφράζεται σε συμπεριφορικά δεδομένα ευθύς εξαρχής. Είναι εξαιρετικά εύκολο να παραβλέψουμε αυτό το σημαντικό στάδιο στην αλληλουχία των γεγονότων η οποία παράγει συμπεριφορικό πλεόνασμα. Τα δύο κεφάλαια που ακολουθούν μας εφιστούν την προσοχή στο χάσμα μεταξύ βίου και δεδομένων, καθώς και στις συγκεκριμένες λειτουργίες οι οποίες στοχεύουν σε αυτό το κενό αποσκοπώντας στη μετουσίωση του πρώτου στο δεύτερο. Αυτές τις λειτουργίες τις αποκαλώ *αναγωγή*. Είδαμε πως η απαλλοτρίωση του ανθρώπινου βίου αποτελεί το προπατορικό αμάρτημα του κατασκοπευτικού

---

* Susan Sontag, *Περί φωτογραφίας*. Μετάφραση Ηρακλής Παπαϊωάννου. *Φωτογράφος*, 1993. (Σ.τ.Μ.)

καπιταλισμού, ωστόσο δεν πρόκειται απλώς για μια αφηρημένη έννοια. Η *αναγωγή* περιγράφει τις συμπαγείς λειτουργικές πρακτικές μέσα από τις οποίες επιτυγχάνεται η απαλλοτρίωση· τον ανθρώπινο βίο ο οποίος διεκδικείται ως πρώτη ύλη προς μετατροπή σε δεδομένα και ό,τι άλλο μεσολαβεί από την κατασκευή έως την πώληση. Η εμβάθυνση σε αυτές τις ενδιάμεσες πρακτικές υποδεικνύει πως ο μηχανισμός της διάχυσης δεν είναι ένας αδρανής ημιπερατός καθρέφτης. Απεναντίας, επιδιώκει ενεργά τη δημιουργία των δικών του αποθεμάτων γνώσης μέσα από την αναγωγή.

Το ουσιαστικό *αναγωγή* προέρχεται από το ρήμα *ανάγω*, μια πολυσήμαντη λέξη η οποία σκιαγραφεί με ακρίβεια τι συμβαίνει στο μεσοδιάστημα μεταξύ ανθρώπινου βίου και συμπεριφορικών δεδομένων. Σε πρώτη φάση το ρήμα περιγράφει μια διαδικασία κατά την οποία κάτι σχηματίζεται από κάτι άλλο το οποίο προϋπάρχει. Υποδηλώνει την αιτιότητα της μετατροπής ενός πράγματος σε κάτι άλλο, όπως τη μετατροπή ενός μεταλλεύματος σε μέταλλο (εξαγωγή) ή τη μετατροπή ενός κειμένου από τη μια γλώσσα σε μια άλλη (μετάφραση). Σε δεύτερη φάση το ανάγομαι υποδηλώνει και το γεγονός πως το πράγμα που υπόκειται στη μετατροπή αφομοιώνεται από την ίδια τη διαδικασία.

Ο κατασκοπευτικός καπιταλισμός άπτεται και των δύο διαστάσεων του ρήματος. Όπως είδαμε και στο Κεφάλαιο 1, το Νοήμον Σπίτι του Τεχνολογικού Ινστιτούτου της Τζόρτζια, οι βάσεις του οποίου μπήκαν έναν μόλις χρόνο πριν από την εφεύρεση του κατασκοπευτικού καπιταλισμού, μετερχόταν διαφορετικές πρακτικές υπό πολύ διαφορετικές προϋποθέσεις: (1) Το άτομο είναι ο αποκλειστικός αρμόδιος για να αποφασίσει τι θα ανάγεται σε δεδομένα· (2) σκοπός των δεδομένων είναι να εμπλουτίσουν τη ζωή του ατόμου· και (3) το άτομο, και μόνο αυτό, ορίζει πώς διανέμονται ή χρησιμοποιούνται τα δεδομένα. Σχεδόν δύο δεκαετίες μετά, το Νοήμον Σπίτι, στην καλύτερη των περιπτώσεων, αποτελεί ένα μουσειακό έκθεμα το οποίο μας υπενθυμίζει το ανεκπλήρωτο όραμα ενός ψηφιακού μέλλοντος της χειραφέτησης και της δικαιότερης κατανομής της μάθησης στην κοινωνία. Σε αυτόν τον ιδανικό ορίζοντα το άτομο είναι εκείνο που γνωρίζει, που αποφασίζει και αυτό που αποφασίζει για το ποιος αποφασίζει. Το άτομο αποτελεί μέσο αυτοεκπλήρωσης και όχι μέσο εκπλήρωσης των στόχων άλλων. Αυτό που μας έμαθε το Νοήμον Σπίτι είναι ότι η αναγωγή μπορεί να υπάρξει και χωρίς τον κατασκοπευτικό καπιταλισμό. Ωστόσο, σε αυτό το κεφάλαιο μαθαίνουμε πως ο

κατασκοπευτικός καπιταλισμός δεν μπορεί να υπάρξει χωρίς την αναγωγή.

Τίποτα δεν εξαιρείται. Εν μέσω του ανταγωνισμού για την εξασφάλιση κατασκοπευτικών εσόδων προϊόντα και υπηρεσίες από κάθε τομέα εντάσσονται στο σύμπαν συσκευών όπως ο θερμοστάτης Nest. Για παράδειγμα, τον Ιούλιο του 2017 η Roomba, η αυτόνομη ηλεκτρική σκούπα της iRobot, έγινε πρώτη είδηση όταν ο Κόλιν Ανγκλ (Colin Angle), διευθύνων σύμβουλος της εταιρείας, ανακοίνωσε στο Reuters πως το επιχειρηματικό πλάνο για το έξυπνο σπίτι θα βασιζόταν στη συλλογή δεδομένων. Για αρχή η νέα εισροή εσόδων θα προερχόταν από την πώληση των κατόψεων οι οποίες προέκυπταν από την παράλληλη χαρτογράφηση των σπιτιών των ιδιοκτητών της σκούπας. Ο Ανγκλ έκανε νύξη πως εντός των δύο προσεχών ετών η iRobot θα έκλεινε συμφωνίες για την πώληση των χαρτών στην Google, στην Amazon ή στην Apple. Εν αναμονή της εισόδου της στην κατασκοπευτική αρένα η iRobot εφοδίασε την αναβαθμισμένη σειρά της Roomba με κάμερα, νέους αισθητήρες και νέο λογισμικό, επιτρέποντας νέες λειτουργίες, μεταξύ των οποίων τη δυνατότητα χαρτογράφησης με ταυτόχρονη παρακολούθηση της τοποθεσίας της συσκευής. Η αγορά αντάμειψε το όραμα ανάπτυξης της iRobot εκτοξεύοντας την τιμή της μετοχής της στα 102 δολάρια τον Ιούνιο του 2017 από μόλις 35 δολάρια τον προηγούμενο χρόνο, κάτι που μεταφραζόταν σε κεφαλαιοποίηση αγοράς των 2,5 δισ. δολαρίων επί εσόδων της τάξης των 660 εκατομμυρίων δολαρίων.[1]

Ειδικοί σε θέματα απορρήτου έκρουαν τον κώδωνα του κινδύνου, δεδομένου πως τέτοιες ροές δεδομένων δεν προστατεύονταν από τον νόμο ούτε και από συστήματα ασφαλείας. Σε κάθε περίπτωση, ο Ανγκλ διαβεβαίωσε το κοινό πως η iRobot δεν θα πουλούσε δεδομένα χωρίς τη συγκατάθεση των πελατών και εξέφρασε τη σιγουριά πως «οι περισσότεροι θα συναινούσαν ώστε να μπορέσουν να επωφεληθούν από τις λειτουργίες του έξυπνου σπιτιού».[2] Γιατί ήταν τόσο σίγουρος ο Ανγκλ;

Σύμφωνα με την πολιτική απορρήτου της εταιρείας, οι ιδιοκτήτες της Roomba όντως μπορούν να ελέγξουν ή και να σταματήσουν τη συλλογή δεδομένων χρήσης «αποσυνδέοντας το Wi-Fi ή το Bluetooth από την εφαρμογή – αν αλλάξουν, λόγου χάρη, τον κωδικό του ασύρματου δικτύου». Εντούτοις, κατά τα λεγόμενα του Ανγκλ στο σάιτ Mashable τον Ιούλιο του 2017, ακόμη και όταν οι πελάτες δεν επιλέγουν την υπηρεσία χαρτογράφησης η Roomba συνεχίζει να συλλέγει

δεδομένα χρήσης και χαρτογράφησης – απλώς, μόνο τα πρώτα «ανεβαίνουν στο υπολογιστικό νέφος ώστε να μπορείς να τα δεις στην κινητή σου συσκευή».[3] Αυτό που παρέλειψε να πει ο Ανγκλ ήταν πως αν ένας πελάτης αρνηθεί να παραχωρήσει στην iRobot πρόσβαση στα δεδομένα χαρτογράφησης του εσωτερικού του σπιτιού του, τότε αποκλείεται από την πλειοψηφία των έξυπνων λειτουργιών της «αυτόνομης» σκούπας, με αποτέλεσμα, μεταξύ άλλων, να μην μπορεί να ενεργοποιήσει ή να σταματήσει τη συσκευή με το τηλέφωνό του, να μην μπορεί να προγραμματίζει τον καθαρισμό, να μην μπορεί να δει «τις αναφορές του Clean Map», να μην μπορεί να λάβει αυτόματες αναβαθμίσεις λογισμικού και να μην μπορεί να χρησιμοποιήσει τη λειτουργία «SPOT Clean ώστε η σκούπα να εστιάσει σε μια ιδιαίτερα βρόμικη περιοχή».[4]

Η στρατηγική από την οποία απέρρεε η σιγουριά του Ανγκλ ήταν ενδεικτική του ευρύτερου εγχειρήματος αναγωγής, για το οποίο οι επιχειρηματίες του κατασκοπευτικού καπιταλισμού και πρεσβευτές των προϊόντων «έξυπνου» σπιτιού έχουν καλλιεργήσει μια κοινή προσέγγιση. Από τη μια, επισημαίνουν πως οι πελάτες έχουν την επιλογή να εξαιρεθούν από την κοινοποίηση των δεδομένων τους. Από την άλλη, οι πελάτες που όντως το κάνουν έρχονται αντιμέτωποι με αποδεκατισμένες λειτουργίες και περιορισμένη ασφάλεια δεδομένων. Σε αυτούς του όρους χρήσης, οι οποίοι θυμίζουν το Requirimiento των adelantados, το μήνυμα δεν ήταν «υποκύψτε, ειδάλλως θα σας καταστρέψουμε»· το μήνυμα ήταν «υποκύψτε, ειδάλλως θα υποβαθμίσουμε το προϊόν που αγοράσατε».

Υπό αυτό το νέο καθεστώς ακόμη και κάτι απλό όπως η αγορά ενός στρώματος πλέον απαιτεί προσεκτική μελέτη «καταχρηστικών συμβάσεων» τις οποίες σχεδόν όλοι παραβλέπουν. Ας πάρουμε για παράδειγμα το κρεβάτι Sleep Number, το οποίο διαθέτει «τεχνολογία έξυπνου κρεβατιού και λειτουργίες παρακολούθησης ύπνου».[5] Στο σάιτ της εταιρείας βλέπουμε ένα όμορφο ζευγάρι να χουχουλιάζει στο κρεβάτι. Χαμογελούν και είναι προσηλωμένοι στα κινητά τους, καθώς περιχαρείς εξερευνούν τα δεδομένα της εφαρμογής SleepIQ. Η βάση και το στρώμα του κρεβατιού «προσαρμόζονται στις προτιμήσεις» του ιδιοκτήτη, με λειτουργίες οι οποίες αυξάνουν ή ελαττώνουν την κλίση και αισθητήρες οι οποίοι μαλακώνουν ή σκληραίνουν το στρώμα. Άλλοι αισθητήρες μετρούν σφυγμούς, την αναπνοή και κινήσεις του σώματος: «Κάθε πρωί η εφαρμογή σού δίνει μια βαθμολογία SleepIQ®, η οποία περιγράφει την ποιότητα και τη διάρκεια

του ύπνου σου [...] τις ώρες ξεκούραστου και τι ώρες ανήσυχου ύπνου, καθώς και πόση ώρα έλειπες από το κρεβάτι. [...] Ταυτόχρονα, η εφαρμογή προτείνει προσαρμογές που θα μπορούσες να κάνεις». Η εταιρεία συστήνει να συνδέσεις την εφαρμογή ύπνου με τον μετρητή αθλητικής δραστηριότητας και τον θερμοστάτη σου, ώστε να μπορείς να δεις πώς επηρεάζουν τον ύπνο σου η άσκηση και η θερμοκρασία της κρεβατοκάμαρας.

Το κρεβάτι συνοδεύεται από μια πυκνογραμμένη δωδεκασέλιδη πολιτική απορρήτου. Οι πελάτες ενημερώνονται πως η παροχή των πληροφοριών αποτελεί επικύρωση της συγκατάθεσής τους για χρήση αυτών των πληροφοριών σύμφωνα με την πολιτική απορρήτου η οποία περιλαμβάνει τους συνηθισμένους επαχθείς όρους: κοινή χρήση των πληροφοριών με τρίτα μέρη, χρήση Google Analytics, στοχευμένη διαφήμιση και πολλούς άλλους. Επιπλέον, αν ο πελάτης δημιουργήσει προφίλ χρήστη προκειμένου να μεγιστοποιήσει την αποδοτικότητα της εφαρμογής, η εταιρεία συλλέγει «βιομετρικά δεδομένα και δεδομένα συναφή με τον ύπνο. Τα δεδομένα αυτά έχουν να κάνουν με το πώς κοιμήθηκες Εσύ, ένα Παιδί ή οποιοσδήποτε χρησιμοποιεί το κρεβάτι: κινήσεις κατά τη διάρκεια του ύπνου, στάσεις ύπνου, αναπνοή και σφυγμούς». Επίσης, η εφαρμογή συλλέγει ηχητικά σήματα από την κρεβατοκάμαρά σου. Όπως συμβαίνει με τις περισσότερες πολιτικές του είδους, οι πελάτες ενημερώνονται πως η εταιρεία μπορεί να «κοινοποιήσει» ή να «εκμεταλλευτεί» προσωπικές πληροφορίες ακόμη και «μετά την απενεργοποίηση ή την ακύρωση των Υπηρεσιών και/ή μετά την κατάργηση του λογαριασμού Sleep Number ή του Προφίλ Χρήστη – ενός ή περισσότερων». Οι πελάτες προειδοποιούνται πως η ασφάλεια της μετάδοσης και της αποθήκευσης των δεδομένων «δεν είναι 100% εγγυημένη», ενώ η μετάδοση και η αποθήκευση καθαυτές δεν εμπίπτουν στην επιλογή «Μη Παρακολούθηση». Τέλος, στην όγδοη σελίδα του εγγράφου η πολιτική αναφέρεται στις επιλογές του πελάτη σχετικά με τη χρήση προσωπικών πληροφοριών: «Το αν θα Μας παραχωρήσετε τις Πληροφορίες Σας ή όχι είναι καθαρά δική Σας επιλογή. Αν αποφασίσετε να μην το κάνετε, ενδεχομένως να μην μπορέσουμε να σας προσφέρουμε ορισμένες λειτουργίες, προϊόντα και/ή υπηρεσίες».[6]

Οι ίδιες εκβιαστικές τακτικές όπως αυτή του Requirimiento απαντώνται και στις μακροσκελείς και πυκνογραμμένες συμβάσεις των θερμοστατών της Nest, θυγατρικής της Alphabet. Οι «όροι παροχής υπηρεσιών» και η «άδεια χρήσης τελικού χρήστη» προδίδουν δυνα-

στευτικές τακτικές απορρήτου και ασφάλειας όπου ευαίσθητα δεδομένα κοινοποιούνται σε άλλες έξυπνες συσκευές, σε μη κατονομαζόμενο προσωπικό και σε τρίτους με απώτερο στόχο την προγνωστική ανάλυση και τη διοχέτευσή τους σε αγορές συμπεριφορικής έκβασης. Τούτη η δράση εξοστρακίζεται στον καταναλωτή λαμβάνοντας τη μορφή στοχευμένων διαφημίσεων και μηνυμάτων σχεδιασμένων να προωθήσουν περισσότερα προϊόντα και υπηρεσίες. Παρ' όλα αυτά, τα δικαστήρια υπερασπίζονται κατά κόρον τους ισχυρισμούς των εταιρειών πως δεν φέρουν καμία νομική ευθύνη από τη στιγμή που δεν δύναται να αποδειχτεί οικονομική βλάβη στον καταναλωτή.

Η Nest αναλαμβάνει ελάχιστη ευθύνη όσον αφορά την ασφάλεια αυτών των πληροφοριών και αποποιείται πάσα ευθύνη σχετικά με το πώς τις χρησιμοποιούν άλλες εταιρείες. Μάλιστα, οι Γκουίντο Νότο Λα Ντιέγκα (Guido Noto La Diega) και Ίαν Γουόλντεν (Ian Walden), νομικοί του Πανεπιστημίου του Λονδίνου οι οποίοι ανέλυσαν αυτά τα έγγραφα, αποφάνθηκαν πως για να προσχωρήσει κάποιος στο οικοσύστημα των διασυνδεδεμένων συσκευών και εφαρμογών της Nest, με όλους τους επιμέρους επαχθείς όρους χρήσης, η αγορά ενός και μόνο οικιακού θερμοστάτη συνεπάγεται τη μελέτη σχεδόν χιλίων συμβάσεων».[7]

Αυτός ο παραλογισμός επιδεινώνεται από το γεγονός πως σχεδόν κανείς δεν διαβάζει έστω και μία από αυτές τις «συμβάσεις». Μια χρησιμότατη εμπειρική μελέτη στην οποία συμμετείχαν 543 άτομα με σχετική εξοικείωση στα ζητήματα παρακολούθησης και νομοθεσίας απορρήτου κατέληξε πως όταν τους ζητήθηκε να εγγραφούν σε μια διαδικτυακή υπηρεσία, το 74% από αυτούς επέλεξε τη διαδικασία «γρήγορης εγγραφής», παρακάμπτοντας τους όρους παροχής υπηρεσιών και τη δήλωση πολιτικής απορρήτου. Από εκείνους που σκρόλαραν τις καταχρηστικές συμβάσεις, οι περισσότεροι πήγαν κατευθείαν στο κουμπί «αποδέχομαι». Οι ερευνητές υπολόγισαν πως παρότι για να κατανοήσει κανείς επαρκώς τις συμβάσεις χρειαζόταν μελέτη διάρκειας τουλάχιστον σαράντα πέντε λεπτών, εκείνοι που τις κοίταξαν δεν αφιέρωσαν περισσότερα από δεκατέσσερα δευτερόλεπτα κατά μέσο όρο.[8]

Στην περίπτωση που ο πελάτης δεν συμφωνήσει με τις ρήτρες της Nest οι όροι παροχής υπηρεσιών υποδηλώνουν πως διακυβεύονται σε μεγάλο βαθμό η λειτουργικότητα και η ασφάλεια του θερμοστάτη, μιας και το προϊόν δεν θα συνοδεύεται πια από τις απαραίτητες ενημερώσεις οι οποίες εξασφαλίζουν την αξιοπιστία και την ακίνδυ-

νη λειτουργία του. Οι συνέπειες καλύπτουν ευρύ φάσμα σφαλμάτων – από παγωμένες σωληνώσεις και αστοχίες ανιχνευτών καπνού έως τον κίνδυνο παραβίασης του ευάλωτου πλέον κεντρικού οικιακού συστήματος. Εν ολίγοις, η αποδοτικότητα και η ασφάλεια του προϊόντος καθίστανται απροκάλυπτα όμηροι της υποταγής του ιδιοκτήτη στην αναγωγή ως κατάκτηση, αποτέλεσμα τρίτων συμφερόντων και προορισμένη να εξυπηρετήσει τρίτα συμφέροντα.

Βεβαίως, πολύ εύκολα κάποιος μπορεί να επιλέξει να μην αγοράσει τη σκούπα Roomba, το κρεβάτι Sleep Number ή τον θερμοστάτη Nest· αυτό που έχει σημασία, όμως, είναι πως καθεμιά από αυτές τις συσκευές είναι εμβληματική του τεράστιου εγχειρήματος αναγωγής ως πρώτου και απαραίτητου βήματος για την κατασκευή του μηχανισμού της διάχυσης. Χιλιάδες αντικείμενα του σύμπαντος του «διαδικτύου των πραγμάτων» καθίστανται διαθέσιμα. Όπως καταλήγουν οι Λα Ντιέγκα και Γουόλντεν, υπό αυτό το νέο καθεστώς προϊόντων οι απλές λειτουργίες που αναζητούμε είναι πια μπερδεμένες μέχρι αηδίας σε ένα κουβάρι λογισμικού, υπηρεσιών και δικτύων.[9]

Η ίδια η ιδέα των λειτουργικών, αποδοτικών και οικονομικών προϊόντων και υπηρεσιών ως ικανή βάση της οικονομικής συναλλαγής αργοπεθαίνει. Εκεί που δεν το περμένεις προϊόντα κάθε είδους αναπλάθονται σύμφωνα με τις προδιαγραφές των νέων οικονομικών απαιτήσεων συνδεσιμότητας και αναγωγής. Καθένα από αυτά επαναπροσδιορίζεται ως μέσο μετάβασης σε έναν νέο μηχανισμό ο οποίος εκθειάζεται ως «έξυπνος». Από την άλλη, οι παραδοσιακές εκδοχές των προϊόντων οι οποίες παραμένουν καθηλωμένες χλευάζονται ως «μη νοήμονες». Είναι σημαντικό να επισημάνουμε πως, σε αυτό το πλαίσιο, ο όρος «έξυπνος» αποτελεί ευφημισμό για την αναγωγή. Με άλλα λόγια, μια νοημοσύνη σχεδιασμένη ώστε να ανάγει μια μικροσκοπική γωνία της έκφανσης της ζωής μας σε συμπεριφορικά δεδομένα. Κάθε έξυπνο αντικείμενο μοιάζει με μαριονέτα, αφού, παρ' όλη την «εξυπνάδα» του, δεν παύει να είναι ένα δύσμοιρο ανδρείκελο το οποίο χορεύει στον ρυθμό των λαθραίων οικονομικών επιταγών εκείνων που του κινούν τα νήματα. Προϊόντα, υπηρεσίες και εφαρμογές προελαύνουν υπό τις τυμπανοκρουσίες της νομοτελειακότητας και με προορισμό την υπόσχεση των κατασκοπευτικών εσόδων τα οποία αποσπώνται από τους παρθένους ακόμη χώρους που αποκαλούμε «η πραγματικότητά μου», «το σπίτι μου», «η ζωή μου» και «το σώμα μου». Κάθε έξυπνο προϊόν απηχεί τα θεμελιώδη ερωτήματά μας: Τι γνωρίζει ένα έξυπνο προϊόν και σε ποιον το λέει.

Ποιος γνωρίζει; Ποιος αποφασίζει; Ποιος αποφασίζει για το ποιος αποφασίζει;

Τώρα πια πολλαπλασιάζονται τα παραδείγματα προϊόντων τα οποία είναι προσαρμοσμένα ώστε να ανάγουν, να παρακολουθούν και να μεταδίδουν συμπεριφορικά δεδομένα· από έξυπνα μπουκάλια βότκας έως ορθικά θερμόμετρα με πρόσβαση στο διαδίκτυο και οτιδήποτε εμπεριέχει το μεταξύ τους φάσμα.[10] Ο διευθυντής επιχειρηματικού σχεδιασμού μιας εταιρείας οινοπνευματωδών παραθέτει το πλάνο του για τη «διασυνδεδεμένη φιάλη»: «Όσο περισσότερα μαθαίνουμε για τους καταναλωτές και για τη συμπεριφορά τους, τόσο καλύτερες υπηρεσίες μπορούμε να αντιστοιχίσουμε σε αυτούς».[11] Πολλές φίρμες είναι αποφασισμένες να «αναβαθμίσουν τη συσκευασία σε ομιλούσα οντότητα, σε μια αγορά η οποία γίνεται όλο και πιο διαδραστική». Η Diageo, η πολυεθνική εταιρεία παραγωγής οινοπνευματωδών, υπόσχεται «έξυπνες φιάλες εφοδιασμένες με αισθητήρες» οι οποίες μπορούν να παρακολουθούν αγορές και δεδομένα πωλήσεων και πάνω απ' όλα επιτρέπουν «την επικοινωνία με τις συσκευές του καταναλωτή και την προσαρμογή σε διαφορετικές λειτουργικές ανάγκες, διαφημιστικές ή εξυπηρέτησης πελατών (π.χ. την παρασκευή κοκτέιλ) με το που ανοιχτεί η φιάλη». Ένας κατασκευαστής εξοπλισμού μπαρ εξηγεί την κατάσταση με ιδιαίτερα απλούς όρους: «Σκοπός είναι [...] να δώσουμε τη δυνατότητα στους ιδιοκτήτες [των μπαρ] να δουν πράγματα που δεν μπορούσαν στο παρελθόν και να μεγιστοποιήσουν τα κέρδη τους».[12]

Σήμερα τα σπίτια μας βρίσκονται στο στόχαστρο του κατασκοπευτικού καπιταλισμού, με τον ανταγωνισμό να κονταροχτυπιέται για ένα μερίδιο της αγοράς των έξυπνων οικιακών συσκευών. Το 2017 η αξία τούτης της αγοράς υπολογιζόταν στα 14,7 δισ. δολάρια –6,8 δισ. περισσότερα απ' ό,τι το 2016–, ενώ το 2021 αυτή αναμένεται να ανέλθει στα 101 δισ. Ίσως έχετε ήδη συναντήσει ορισμένες από αυτές τις πρώτες εξωφρενικές συσκευές: έξυπνες οδοντόβουρτσες, έξυπνες λάμπες, έξυπνες κούπες, έξυπνοι φούρνοι, έξυπνοι αποχυμωτές και έξυπνα μαχαιροπίρουνα τα οποία υποτίθεται πως σε βοηθούν στην πέψη. Κάποιες άλλες προκαλούν μεγαλύτερο προβληματισμό: κάμερες ασφαλείας σπιτιού με δυνατότητα αναγνώρισης προσώπου, συστήματα συναγερμού τα οποία εντοπίζουν ασυνήθιστες δονήσεις πριν από μια διάρρηξη, GPS εσωτερικών χώρων, αισθητήρες ανάλυσης κίνησης, θερμοκρασίας και άλλων παραμέτρων οι οποίοι προσαρτώνται σε αντικείμενα, πάσης φύσεως διασυνδεδεμένες οικιακές συσκευές, ρομποτικές κατσαρίδες σχεδιασμένες να εντοπίζουν ήχο.

Μέχρι και το βρεφικό δωμάτιο επαναπροσδιορίστηκε ως πηγή συμπεριφορικού πλεονάσματος.[14]

Η αξιολόγηση της κατασκοπευτικής φιλοσοφίας συσσώρευσης που αποτελεί κινητήρια δύναμη αυτής της δραστηριότητας υποδηλώνει πως αυτό το δίκτυο πραγμάτων ήδη εξελίσσεται σε ένα δίκτυο εκβιασμού, όπου κοινότοπες λειτουργίες κρατούνται όμηροι με απώτερο στόχο την είσπραξη συμπεριφορικού πλεονάσματος.[15] Μπορούμε να πάρουμε μια φευγαλέα αλλά χαρακτηριστική γεύση αυτών των γεγονότων από την επιστολή που έστειλε ο οικονομικός διευθυντής της Google στη Διεύθυνση Εταιρικής Χρηματοδότησης της Αμερικανικής Επιτροπής Κεφαλαιαγοράς τον Δεκέμβριο του 2013. Η επιστολή συντάχτηκε σε απάντηση ερωτήματος της Επιτροπής Κεφαλαιαγοράς σχετικά με τον καταμερισμό των εσόδων της εταιρείας ανάμεσα στις επιτραπέζιες και στις κινητές πλατφόρμες της.[16] Στην απάντησή της η Google δήλωσε πως «Στο μέλλον οι χρήστες μας θα βλέπουν τις διαφημίσεις μας σε συσκευές η γκάμα των οποίων διαρκώς αυξάνεται». Στη συνέχεια, η επιστολή ανέφερε πως τα διαφημιστικά συστήματά της εταιρείας κινούνταν προς ένα μοντέλο «τεχνολογικά αφατρίαστων συσκευών» το οποίο καθιστούσε τον καταμερισμό ξεπερασμένο και μη πρακτικό. «Σε μερικά χρόνια», έγραφε η επιστολή, «και εμείς όπως και άλλες εταιρείες θα προβάλλουμε διαφημίσεις και άλλο υλικό σε ψυγεία, σε ταμπλό αυτοκινήτων, σε θερμοστάτες, σε γυαλιά οράσεως, σε ρολόγια και σε πολλές ακόμη συσκευές».

Ορίστε λοιπόν ένα ζητούμενο: Το «έξυπνο σπίτι» και το «διαδίκτυο των πραγμάτων» μέσω του οποίου διαρρέει θα γίνουν ο καμβάς πάνω στον οποίο οι νέες αγορές συμπεριφορικής έκβασης φιλοδοξούν να εγχαράξουν την παρουσία τους και να επιβάλουν τις απαιτήσεις τους στους πιο μύχιους χώρους μας. Εδώ είναι σημαντικό να σημειώσουμε πως όλη αυτή η δραστηριότητα συνεχίζεται ενισχύοντας μια ευρύτερη εμπορική διαδικασία η οποία στοιχηματίζει στο μέλλον της συμπεριφοράς μας· μια διαδικασία που εμείς δεν γνωρίζουμε και στην οποία δεν μπορούμε να επιδράσουμε. Κάθε κόμβος του δικτύου –η ηλεκτρική σκούπα, το στρώμα, ο θερμοστάτης– πρέπει να διαδραματίσει τον δικό του ρόλο, ξεκινώντας από την απρόσκοπτη αναγωγή της συμπεριφοράς, όσο μια ολόκληρη ανυποχώρητη ορδή «έξυπνων» πραγμάτων εντάσσεται στο μεταναστευτικό ρεύμα προς τα κατασκοπευτικά έσοδα. Καθώς αποψιλωνόμαστε από εναλλακτικές λύσεις, είμαστε αναγκασμένοι να αγοράζουμε προϊόντα που δεν θα γίνουν ποτέ κτήμα μας, ενώ ταυτόχρονα χρη-

ματοδοτούμε την κατασκόπευση και τον εκβιασμό μας. Και σαν να μην έφτανε αυτό, τα δεδομένα που προκύπτουν από τούτο το κύμα αντικειμένων είναι άκρως απροστάτευτα και εύκολα υφίστανται παραβιάσεις. Επιπροσθέτως, οι κατασκευαστές τους δεν έχουν καμία νομική υποχρέωση να ειδοποιήσουν τους ιδιοκτήτες σε περίπτωση που κλαπούν ή παραβιαστούν τα δεδομένα τους.

Υπάρχουν και άλλα, ακόμη πιο μεγαλεπήβολα σχέδια για την αναγωγή όλων των μεμονωμένων πραγμάτων. Εταιρείες όπως η Qualcomm, η Intel και η ARM αναπτύσσουν μικροσκοπικές λειτουργικές μονάδες μηχανικής όρασης χαμηλής κατανάλωσης οι οποίες μπορούν να προσαρτηθούν σε οποιαδήποτε συσκευή όπως το τηλέφωνο ή το ψυγείο σου, ή σε οποιαδήποτε επιφάνεια, παραμένοντας πάντα ενεργές. Στέλεχος της Qualcomm αναφέρει πως συσκευές και παιχνίδια πλέον είναι σε θέση να γνωρίζουν τι συμβαίνει γύρω τους: «Μια κούκλα θα μπορεί να αντιληφθεί πότε στρέφεται προς αυτή το πρόσωπο ενός παιδιού».[17]

Ας πάρουμε για παράδειγμα το «έξυπνο δέρμα», που ανέπτυξαν ιδιοφυείς πανεπιστημιακοί επιστήμονες και το οποίο είναι έτοιμο να αναδιαμορφωθεί για εμπορικές χρήσεις. Πρόκειται για μια επινόηση η οποία αρχικά χαιρετίστηκε για την ικανότητά της να παρακολουθεί και να διαγιγνώσκει παθήσεις – από το Πάρκινσον έως τις διαταραχές ύπνου. Πλέον, χαιρετίζεται για το όραμα της εξαιρετικά διακριτικής διάχυσης που υπόσχεται. Ερευνητές του Τεχνολογικού Ινστιτούτου της Τζόρτζια ανέπτυξαν μια εκδοχή του «έξυπνου δέρματος» η οποία απορροφά ενέργεια από ραδιοκύματα και άλλες πηγές, απαλείφοντας την ανάγκη για μπαταρίες. Το έξυπνο δέρμα, το οποίο περιγράφεται ως «το απόλυτο αισθητηριακό εργαλείο και προάγγελος της μαζικής εφαρμογής των αδιάλειπτων ασύρματων δικτύων»,[18] αντιλαμβάνεται, αισθάνεται, αναλύει, επικοινωνεί ασύρματα και «τροποποιεί παραμέτρους» χρησιμοποιώντας απλή τεχνολογία ραδιοσυχνοτήτων (RFID).[19] Όπως και στην περίπτωση της αυτοκόλλητης «ταινίας-αισθητήρα» του Παραντίσο, οι ερευνητές σημειώνουν πως το έξυπνο δέρμα τους μπορεί να «επικολληθεί οπουδήποτε» ώστε να «παρακολουθεί, να αισθάνεται και να αλληλεπιδρά αδιαλείπτως με τον κόσμο γύρω μας, αναβαθμίζοντας έτσι σημαντικά την περιρρέουσα νοημοσύνη»· και όλα αυτά περνώντας τόσο απαρατήρητο όσο και «ένα αυτοκόλλητο». Προτείνουν, για παράδειγμα, τη χρήση του στα ράφια των σούπερ μάρκετ όπου αφθονούν οι ευκαιρίες αποκόμισης κερδών.[20]

Η αναγωγή έχει μετατραπεί σε ένα κατασκοπευτικό σχέδιο το οποίο διαμορφώνεται από τις επιταγές του κατασκοπευτικού καπιταλισμού και καθοδηγείται από τους στόχους του. Το Πρώτο Βήμα στη σύνταξη του κειμένου σκιά είναι η αναγωγή: η συμπαγής λειτουργικοποίηση του «προπατορικού αμαρτήματος της κοινής ληστείας» που όρισε αυτό το εμπορικό εγχείρημα εξαρχής. Η Google ανήγαγε τη Γη, τους δρόμους της και τις κατοικίες της, παρακάμπτοντας τη συναίνεσή μας και αψηφώντας τις διαμαρτυρίες μας. Η Facebook ανήγαγε το κοινωνικό δίκτυο και τον απίστευτα λεπτομερή χώρο του για χάρη των αγορών συμπεριφορικής έκβασης της εταιρείας. Τώρα ο διάχυτος μηχανισμός αποτελεί το μέσο για τη διάχυτη αναγωγή του ανθρώπινου βίου. Έχουμε ήδη δει πόσο κόπτονται οι επιχειρηματίες του κατασκοπευτικού καπιταλισμού για τη γοργή εξουδετέρωση της «τριβής», του βασικού ανασταλτικού παράγοντα των δραστηριοτήτων εφοδιασμού. Η επιταγή της πρόγνωσης πάσχει από δυσανεξία στα όρια και στα στεγανά και το κατασκοπευτικό κεφάλαιο είναι διατεθειμένο να κάνει σχεδόν τα πάντα για να τα εξαλείψει. Αυτή η επιδίωξη μεταμορφώνει τη «σύνδεση» σε μια εμπορική επιταγή και την ατομική αυτονομία σε απειλή για τα κατασκοπευτικά έσοδα.

Οι πρακτικές αναγωγής του κατασκοπευτικού καπιταλισμού κατατροπώνουν οποιαδήποτε ορθολογική συζήτηση περί «επιλογής» ή «εξαίρεσης». Τα φύλλα συκής εξαντλήθηκαν πια. Οι ευφημισμοί της συναίνεσης δεν μπορούν πλέον να απομακρύνουν την προσοχή από τη γυμνή αλήθεια· υπό το καθεστώς του κατασκοπευτικού καπιταλισμού, η αναγωγή είναι κατά κανόνα αυθαίρετη, μονομερής, ακόρεστη, μυστική και ασύστολη. Αυτά τα χαρακτηριστικά συνοψίζουν τις ασυμμετρίες εξουσίας οι οποίες κάνουν τον κατασκοπευτικό καπιταλισμό «κατασκοπευτικό». Επιπλέον, υπογραμμίζουν μια σκληρή αλήθεια: Είναι δύσκολο να κρυφτούμε από την αναγωγή. Τη στιγμή που βιομηχανίες πολύ μακριά από το θεσμικό έδαφος του τεχνολογικού τομέα προσελκύονται στα κατασκοπευτικά κέρδη η σφοδρότητα της κούρσας εξεύρεσης και αναγωγής της εμπειρίας σε δεδομένα έχει μετατρέψει την αναγωγή σε παγκόσμιο πρόταγμα του κατασκοπευτικού κεφαλαίου.

Το παρόν κεφάλαιο και αυτό που ακολουθεί εξερευνούν πεδία δραστηριοτήτων αναγωγής οι οποίες αποσκοπούν στην επίτευξη οικονομιών φάσματος. Στη συνέχεια το παρόν κεφάλαιο εστιάζει στην *επέκταση, την πρώτη διάσταση του φάσματος*, καθώς οι διεργασίες της αναγωγής διεισδύουν στον πραγματικό κόσμο και καταβροχθί-

ζουν νέα και πρωτοφανή κομμάτια του ανθρώπινου βίου. Η επέκταση εποφθαλμιά κάθε γωνιά και κάθε χαραμάδα, κάθε λέξη και κάθε χειρονομία που στέκεται στον δρόμο της απαλλοτρίωσης. Οτιδήποτε διαθέτει σφρίγος και πνοή πρέπει να καταθέσει τα γεγονότα του. Οι σκιές και το σκοτάδι είναι απορριπτέα. Το άγνωστο είναι επαχθές. Το μεμονωμένο είναι απαγορευμένο. Έπειτα, στο Κεφάλαιο 9, προχωρούμε προς τη διάσταση του *βάθους*. Όσο το δίχτυ απλώνεται παντού κατά μήκος των υδάτων της καθημερινής ζωής υπάρχουν και τα υποβρύχια τα οποία εξερευνούν κατά βάθος, αναζητώντας νέες πηγές πλεονάσματος που θεωρούνται πολύτιμες για τις σπάνιες προγνωστικές τους ιδιότητες – η προσωπικότητά σου, τα συναισθήματά σου και οι ενδορφίνες σου. Σκοπός των παραδειγμάτων σε αυτά τα κεφάλαια δεν είναι η εξαντλητική ανάλυση, αλλά η σκιαγράφηση της αποφασιστικότητας, της επιμονής και της δολιότητας με τις οποίες οι επιχειρηματίες του κατασκοπευτικού καπιταλισμού καταπιάνονται με την αναζήτηση νέων εκφάνσεων του ανθρώπινου βίου που θα μπορούν να αξιοποιηθούν οικονομικά όταν πλέον θα μπορούν να προεξοφληθούν.

Σε αυτή την αναζήτηση εμπλεκόμαστε αναγκαστικά στην παράθεση συγκεκριμένων παραγόντων, προϊόντων και τεχνικών, έχοντας υπόψη μας πως τα στοιχεία που αφορούν άτομα και εταιρείες βρίσκονται σε διαρκή ζύμωση. Οι εταιρείες πωλούνται και αγοράζονται, επιτυγχάνουν ή αποτυγχάνουν· άνθρωποι πηγαίνουν κι έρχονται. Συγκεκριμένες τεχνολογίες, προϊόντα και τεχνικές εγκαταλείπονται, βελτιώνονται και υποσκελίζονται. Όταν παρακμάσουν, θα αντικατασταθούν από νέες, υπό την προϋπόθεση πως ο κατασκοπευτικός καπιταλισμός θα συνεχίσει να ανθίζει. Η ταχύτητα και η αλλαγή σκηνικού έχουν υπάρξει ουσιώδεις παράμετροι στην επιτυχία του κατασκοπευτικού καπιταλισμού και δεν μπορούμε να επιτρέψουμε στη διαρκή μεταβολή να αναστείλει τη θέλησή μας να κατανοήσουμε τους «νόμους κίνησης» οι οποίοι διέπουν αυτό το μεταβλητό τοπίο. Εκείνο που θέλουμε να κατανοήσουμε είναι το μοντέλο δράσης και τους σκοπούς του.

II. Σωματική αναγωγή

Η αναγωγή του σώματός σου ξεκινά πολύ απλά από το τηλέφωνό σου. Ακόμη και όταν η πόλη σου δεν είναι «έξυπνη», ακόμη κι αν

δεν ανήκει στην Google και δεν τη διαχειρίζεται αυτή, οι δυνάμεις της αγοράς οι οποίες κόπτονται για τη συμπεριφορά σου γνωρίζουν πώς να βρουν το σώμα σου.[21] Παρά τις εξεζητημένες μεθόδους με τις οποίες ο κατασκοπευτικός καπιταλισμός εργάζεται επισταμένως ώστε να αναγάγει την πραγματικότητα σε συμπεριφορικό πλεόνασμα, η απλούστερη και ουσιαστικότερη από αυτές είναι η ικανότητά του να γνωρίζει ακριβώς πού βρίσκεσαι ανά πάσα στιγμή. Το σώμα σου επαναπροσδιορίζεται ως αντικείμενο σύνθεσης συμπεριφοράς το οποίο χρήζει παρακολούθησης και αποτίμησης με στόχο την ευρετηριοποίηση και την εύρεσή του. Οι περισσότερες εφαρμογές των smartphone απαιτούν πρόσβαση στην τοποθεσία σου ακόμη και όταν αυτή δεν είναι απαραίτητη για την υπηρεσία που σου προσφέρουν. Το γιατί έχει να κάνει απλούστατα με την εξαιρετικά επικερδή απάντηση στο ερώτημα *Πού είσαι;*

Τα δεδομένα τοποθεσίας μπορούν να εξορυχτούν από «σημάνσεις γεωεντοπισμού» οι οποίες δημιουργούνται όταν το smartphone ενσωματώνει αυτόματα την ταυτότητα και την τοποθεσία σου σε φωτογραφίες και βίντεο. Τα καταστήματα χρησιμοποιούν τη «γεωγραφική οριοθέτηση» για τον τεμαχισμό των γεωγραφικών περιοχών και την αποστολή ειδοποιήσεων σε smartphone βάσει αυτών των παραμέτρων: «Σας περιμένουμε εδώ!» «Εδώ θα βρείτε αυτό που ζητάτε!» «Αυτή η προσφορά είναι μόνο για σας!»[22] Αν θέλετε να δείτε αυτή την πρακτική ιδίοις όμμασι, κατεβάστε την εφαρμογή των Starbucks και βγείτε από το σπίτι σας. Όπως μας κατατοπίζει και μια εταιρεία παροχής συμβουλών μάρκετινγκ, «Η κινητή διαφήμιση, η απόλυτη μορφή γεωεντοπισμού, είναι το άγιο δισκοπότηρο της διαφήμισης».[23] Μια άλλη εταιρεία η οποία εξειδικεύεται στην κινητή διαφήμιση προσφέρει αφειδώς «συμβουλές και τρικ» για το μάρκετινγκ μέσω γεωεντοπισμού: «Σου επιτρέπει να εκμεταλλευτείς την ψυχαναγκαστική φύση των ανθρώπων ενθαρρύνοντας παρορμητικές αγορές με την αποστολή των ειδοποιήσεών σου. [...] Επίσης, σου επιτρέπει να κατανοήσεις καλύτερα τους ήδη υπάρχοντες πελάτες σου διαβάζοντας τι λένε στο Yelp και στο Facebook...»[24]

Μια ακόμη εταιρεία κινητού μάρκετινγκ συστήνει το «μάρκετινγκ εμπειρικού μοτίβου», το οποίο βασίζεται σε τεχνικές εφαρμοσμένες στη στρατιωτική αντικατασκοπεία γνωστές ως «ανάλυση εμπειρικών μοτίβων». Αυτές οι τεχνικές συνεπάγονται τη συλλογή δεδομένων τοποθεσίας καθώς και άλλων δεδομένων από τηλέφωνα, δορυφόρους, οχήματα και αισθητήρες για τη σύνθεση ενός προφίλ των κα-

θημερινών συμπεριφορικών μοτίβων ενός «ατόμου ενδιαφέροντος» προκειμένου να προβλεφθεί η συμπεριφορά του. Οι έμποροι προτρέπονται να «χαρτογραφούν τις καθημερινές συνήθειες» μιας «ομάδας στόχου» ώστε να «εμβολίζουν τις καθημερινές δραστηριότητες των ανθρώπων προβάλλοντας το εμπορικό τους σήμα και προωθητικά μηνύματα». Η εταιρεία επισημαίνει πως «Η ψυχολογική δύναμη της αίσθησης της διάχυσης είναι τεράστια. Το Μάρκετινγκ Εμπειρικού Μοτίβου αφήνει ένα ισχυρό ψυχολογικό αποτύπωμα στους καταναλωτές».[25]

Μπορείς να απενεργοποιήσεις το GPS του τηλεφώνου σου, αλλά οι περισσότεροι δεν το κάνουν, αφενός επειδή έχουν ανάγκη τις χρήσεις του και αφετέρου επειδή αγνοούν τις λειτουργίες του. Σύμφωνα με την Pew Research, το 2013 το 74% των Αμερικανών ιδιοκτητών smartphone χρησιμοποιούσε εφαρμογές οι οποίες προϋπέθεταν δεδομένα τοποθεσίας. Το 2015 το ίδιο ποσοστό είχε γίνει 90% – τουτέστιν 153 εκατομμύρια άνθρωποι, νούμερο μεγαλύτερο από εκείνο των ατόμων που ακούνε μουσική ή βλέπουν βίντεο στο τηλέφωνό τους.[26] Το γεγονός πως ο κατασκοπευτικός καπιταλισμός εξαρτάται από αθέατες λειτουργίες σημαίνει πως οι περισσότεροι από μας απλώς δεν γνωρίζουμε και είναι αδύνατο να μάθουμε τον βαθμό στον οποίο το τηλέφωνό μας παίζει διπλό ρόλο ως συσκευή παρακολούθησης στην υπηρεσία της εμπορικής κατασκόπευσης.

Μελέτη ερευνητών του Πανεπιστημίου Κάρνεγκι Μέλον αποδεικνύει με σαφήνεια τα παραπάνω. Σε μια περίοδο τριών εβδομάδων είκοσι τρεις συμμετέχοντες ενημερώνονταν διαρκώς για τον αριθμό των εφαρμογών οι οποίες μετέδιδαν τις πληροφορίες της θέσης τους και για το σύνολο των μεταδόσεων ανά δεδομένη περίοδο. Οι συμμετέχοντες έμειναν εμβρόντητοι από τη σφοδρότητα της επέλασης στα δεδομένα τους όταν έμαθαν σε διάφορες περιπτώσεις πως εντός δεκατεσσάρων ημερών οι τοποθεσίες του καθενός εκπέμθηκαν 4.182 φορές, 5.398 φορές, 356 φορές κ.ο.κ. προς όφελος διαφημιστών, ασφαλιστών, εμπόρων λιανικής, εταιρειών μάρκετινγκ, εταιρειών παροχής στεγαστικών δανείων και οποιουδήποτε άλλου πληρώνει για να υφίσταται στις αγορές συμπεριφορικής έκβασης.[28] Οι εντυπώσεις ενός από τους συμμετέχοντες ήταν οι εξής: «Αισθάνθηκα σαν να με παρακολουθούσε το ίδιο μου το τηλέφωνο. Είναι τρομακτικό».[29] Με το πέρας της μελέτης το 58% των συμμετεχόντων περιόρισε τις άδειες πρόσβασης των κινητών εφαρμογών του.

Διόλου περίεργο λοιπόν που η Google αποτελεί την εμπροσθοφυ-

λακή της γεωγραφικής παρακολούθησης των χρηστών. Το 2016 μια ένορκη δήλωση αξιωματικών της αστυνομίας οι οποίοι αιτούνταν ένταλμα έρευνας για έναν ληστή τράπεζας στην Καλιφόρνια κατέστησε σαφές γιατί τα δεδομένα τοποθεσίας της Google είναι εκτός συναγωνισμού: «Η Google συλλέγει και διατηρεί δεδομένα τοποθεσίας από κινητές συσκευές οι οποίες διαθέτουν λειτουργικό Android. Αυτά τα δεδομένα συλλέγονται οποτεδήποτε ενεργοποιείται μια από τις υπηρεσίες της και/ή οποτεδήποτε έχει προηγηθεί ένα συμβάν στην κινητή συσκευή – μια κλήση, ένα γραπτό μήνυμα, πρόσβαση στο διαδίκτυο ή στο μέιλ». Οι επικεφαλής αξιωματικοί της υπόθεσης αιτήθηκαν τις πληροφορίες τοποθεσίας από την Google επειδή γνώριζαν πως θα ήταν κατά πολύ ακριβέστερες ακόμη και από εκείνες που μπορούσαν να προσφέρουν οι πάροχοι τηλεφωνίας. Τα συστήματα γεωεντοπισμού του Android συνδυάζουν δεδομένα από κεραίες κινητής τηλεφωνίας με δεδομένα GPS, δεδομένα ασύρματων δικτύων και άλλες πληροφορίες οι οποίες εξάγονται από φωτογραφίες, βίντεο και άλλες πηγές: «Αυτό επιτρέπει στο Android να εντοπίζει την τοποθεσία χρηστών εντός ενός κτιρίου και όχι οικοδομικού τετραγώνου».[30] Τον Νοέμβριο του 2017 δημοσιογράφοι-ερευνητές του Quartz ανακάλυψαν πως από τις αρχές του ίδιου έτους τα τηλέφωνα Android συνέλεγαν πληροφορίες τοποθεσίας μέσω τριγωνομέτρησης των πλησιέστερων κεραιών κινητής τηλεφωνίας, ακόμη και χωρίς οι υπηρεσίες τοποθεσίας να είναι ενεργοποιημένες, χωρίς να τρέχουν εφαρμογές και χωρίς η κάρτα SIM να είναι εγκατεστημένη στο τηλέφωνο. Οι πληροφορίες χρησιμοποιούνταν για τη διαχείριση των ειδοποιήσεων και των μηνυμάτων τα οποία στέλνονταν με πρωτοβουλία της Google στα τηλέφωνα των χρηστών του Android, δίνοντας τη δυνατότητα στην εταιρεία να παρακολουθεί «αν ένα άτομο που διέθετε τηλέφωνο Android ή έτρεχε εφαρμογές της Google έμπαινε σε συγκεκριμένα καταστήματα και να χρησιμοποιήσει αυτές τις πληροφορίες ώστε να στοχεύσει τις διαφημίσεις που κατόπιν προβάλλονται στον χρήστη».[31]

Το σύστημα ιστορικού τοποθεσίας της Google είναι προϊόν της παγκόσμιας δραστηριότητας χαρτογράφησης την οποία επιμελήθηκε η εταιρεία. Παρόλο που ήταν ενεργό πάνω από μία δεκαετία, το σύστημα παρουσιάστηκε στο κοινό μόλις το 2015 με την ονομασία «Χρονολόγιο», μια λειτουργία η οποία «σου επιτρέπει την οπτική απεικόνιση των καθημερινών δραστηριοτήτων σου στον πραγματικό κόσμο».[32] Η εταιρεία υπολόγισε πως οι όποιες αρνητικές αντιδράσεις

δημιουργούνταν από την ουσιαστικά αναπόδραστη παρακολούθηση τοποθεσίας και από τον επακόλουθο όγκο δεδομένων του Χρονολογίου θα αντισταθμίζονταν από την πολύτιμη ενεργή συμβολή των χρηστών στο απόθεμα του ίδιου του συμπεριφορικού τους πλεονάσματος, ραφινάροντας τις πληροφορίες του, προσθέτοντας συναφείς φωτογραφίες, εισάγοντας σχόλια κτλ. Η διαδικασία πλασαριζόταν ως προσωπική επένδυση σε εξατομικευμένες υπηρεσίες όπως το Google Now, προκειμένου η εταιρεία να μπορεί να χτενίζει αποτελεσματικότερα τα μέιλ και τις εφαρμογές σου και να προωθεί ενημερώσεις σχετικά με την κίνηση στους δρόμους και τον καιρό, καθώς και ειδοποιήσεις, προτάσεις και υπενθυμίσεις. Τα δεδομένα τοποθεσίας αποτελούσαν το αντάλλαγμα για αυτές τις υπηρεσίες.

Σε αυτό το δούναι και λαβείν η λίπανση επιτυγχάνεται με τις καθιερωμένες υποσχέσεις περί απορρήτου και ελέγχου επί των δεδομένων: «Το Χρονολόγιο είναι ιδιωτικό και μόνο εσείς μπορείτε να το δείτε· εσείς αποφασίζετε ποιες τοποθεσίες θέλετε να διατηρήσετε». Όμως, η Google χρησιμοποιεί τα δεδομένα τοποθεσίας σου για να στοχεύει διαφημίσεις, και όντως τα δεδομένα τοποθεσίας κατατάσσονται μεταξύ των σπουδαιότερων πηγών πλεονάσματος στις διαφημιστικές αγορές της Google και έχουν άμεση επίδραση στο ποσοστό των κλικ. Το σύνηθες πρόσχημα της Google και άλλων εταιρειών του κατασκοπευτικού καπιταλισμού είναι πως το συμπεριφορικό πλεόνασμα διατηρείται μόνο ως μεταδεδομένα τα οποία έπειτα ενσωματώνονται με εκείνα ενός μεγάλου αριθμού επιμέρους χρηστών. Μας λένε πως είναι αδύνατο να αναγνωρίσεις συγκεκριμένα άτομα σε ένα αμάλγαμα τέτοιας κλίμακας. Εντούτοις, η επιστήμη της εκ νέου ταυτοποίησης μας έχει αποδείξει πως με τρία μόλις μπιτ δεδομένων –ημερομηνία γέννησης, ταχυδρομικό κώδικα και φύλο–, τα οποία είναι εξαιρετικά εύκολο να αποσπάσεις από δημόσια αρχεία, μπορείς να αποανωνυμοποιήσεις μεταδεδομένα με «ανατριχιαστική άνεση».[33] Σε μια σύνοψη αυτής της έρευνας ο νομικός Πολ Ομ (Paul Ohm) γράφει πως η «αποανωνυμοποίηση καθιστά τρομερά εύκολη την ανακάλυψη και την αποκάλυψη όλων των μυστικών μας. Οι εχθροί μας θα μπορούν με μεγαλύτερη άνεση να μας συνδέσουν με γεγονότα, τα οποία μπορούν να χρησιμοποιήσουν για να μας εκβιάσουν, να μας παρενοχλήσουν, για να αμαυρώσουν τη φήμη μας, να μας παγιδέψουν ή για να μεροληπτήσουν εναντίον μας. [...] Αυτό το σφάλμα απαντάται σχεδόν σε κάθε νόμο περί απορρήτου των πληροφοριών». Όσον αφορά δε τα τεράστια αποθέματα του υποτιθέμενου ανώνυ-

μου συμπεριφορικού πλεονάσματος, ο Ομ τα αποκαλεί «βάσεις δεδομένων της καταστροφής».[34]

Στην περίπτωση των δεδομένων τοποθεσίας η κατάσταση είναι εξίσου άσχημη. Το 2013 μια ομάδα επιστημόνων υπολογιστών του MIT και του Χάρβαρντ έδειξε πως επειδή οι μετακινήσεις του καθενός μας τείνουν να έχουν ιδιοσυγκρασιακά γνωρίσματα, οποιοσδήποτε αναλυτής με τα σωστά εργαλεία μπορεί εύκολα να εξαγάγει ένα μοτίβο μετακινήσεων το οποίο θα σχετίζεται με ένα συγκεκριμένο άτομο ενός μεγάλου συνόλου ανωνυμοποιημένων μεταδεδομένων τοποθεσίας. Μια άλλη ερευνητική ομάδα έδειξε πως δεδομένα τα οποία συλλέγονται από φαινομενικά «άκακους» αισθητήρες ενσωματωμένους σε smartphone –όπως επιταχύμετρα, γυροσκόπια και μαγνητόμετρα– μπορούν να χρησιμοποιηθούν για τη συνεπαγωγή «μιας ολοένα μεγαλύτερης γκάμας ανθρώπινων δραστηριοτήτων ή ακόμη και διαθέσεων». Το ερευνητικό τους έργο επίσης δείχνει πως αυτά τα δεδομένα αισθητήρων μπορούν να χρησιμοποιηθούν «για την απόκτηση ευαίσθητων πληροφοριών συγκεκριμένων χρηστών από ανωνυμοποιημένα σύνολα δεδομένων».[35]

Οι εταιρείες εφαρμόζουν αυτές τις δυνατότητες παρακολούθησης επισταμένως. Η Broadcom δημιούργησε ένα «παγκόσμιο δορυφορικό σύστημα πλοήγησης» με τη μορφή ενός τσιπ το οποίο εφοδιάζει τους αισθητήρες του κινητού σου τηλεφώνου με δορυφορική επικοινωνία για τη δημιουργία μιας «μηχανής γεωεντοπισμού» η οποία θα μπορεί να βρει την τοποθεσία σου ακόμη κι αν δεν είσαι συνδεδεμένος σε δίκτυο. Η μηχανή γεωεντοπισμού μπορεί να εξαγάγει τη θέση σου σε ένα κτίριο, το πόσα βήματα έχεις κάνει, προς τα πού και σε τι υψόμετρο. Όλα αυτά εξαρτώνται από έναν και μόνο παράγοντα, λέει ο αντιπρόεδρος μιας εταιρείας: «Από τη συσκευή που κρατάς στα χέρια σου».[36] Ο Άρβιν Ναραγιάναν και ο Έντουαρντ Φέλτεν (Edward Felten), επιστήμονες υπολογιστών του Πανεπιστημίου του Πρίνστον, συνόψισαν τα γεγονότα ως εξής: «Δεν γνωρίζουμε κάποιον αποτελεσματικό τρόπο ανωνυμοποίησης των δεδομένων τοποθεσίας και δεν υπάρχουν στοιχεία που να υποδηλώνουν πως κάτι τέτοιο είναι ουσιωδώς εφικτό».[37]

Ακόμη και χωρίς την «αποανωνυμοποίηση» τα μεταδεδομένα τοποθεσίας αποτελούν μια ασυναγώνιστη εστία γνώσης στους κόλπους ιδιωτικών εταιρειών, παρέχοντας ένα ασύλληπτο πλεονέκτημα σε επίπεδο καταμερισμού της μάθησης. Το 2016 η κινεζική μηχανή αναζήτησης Baidu –κατά πολλούς, η Google της Κίνας– ανακοίνωσε

πως το «Εργαστήριο Μεγάλων Δεδομένων» της εταιρείας χρησιμοποιεί δεδομένα τοποθεσίας των εξακοσίων εκατομμυρίων χρηστών της ώστε να παρακολουθεί και να προβλέπει τη δυναμική της κινεζικής οικονομίας. Η εταιρεία δημιούργησε ένα «ευρετήριο απασχόλησης» για την εθνική οικονομία καθώς και ένα «ευρετήριο κατανάλωσης». Επίσης, διαφήμισε την ικανότητά της να κάνει αρκετά ακριβείς προβλέψεις, όπως για παράδειγμα τον τζίρο της Apple το δεύτερο τρίμηνο εκείνου του έτους στην Κίνα. «Απ' όσο γνωρίζουμε», γράφουν οι ερευνητές της Baidu, «είμαστε οι πρώτοι που διεξάγουμε μετρήσεις πάνω στη δεύτερη μεγαλύτερη οικονομία παγκοσμίως εξορύσσοντας αναλυτικότατα χωρικά και χρονικά δεδομένα σε τέτοια πρωτόγνωρη κλίμακα και λεπτομέρεια».[38]

Πέραν της ισχύος των δεδομένων τοποθεσίας, άλλο ένα σημαντικό δοκιμαστικό πεδίο της δραστηριότητας αναγωγής του σώματος είναι οι προσαρτώμενες συσκευές και οι εφαρμογές τους.[39] Έκθεση του 2017 περιγράφει μια νέα γενιά προσαρτώμενων συσκευών οι οποίες είναι «εξοπλισμένες με περισσότερους αισθητήρες και εξυπνότερους αλγόριθμους [...] και εστιάζουν στη βιομετρική παρακολούθηση [...] και [...] σε μέρη του σώματος τα οποία τα μεταχειρίζονται ως διαύλους παροχής δεδομένων...». Αυτοί οι εξεζητημένοι αισθητήρες μπορούν να εισχωρήσουν «στο περιβαλλοντικό πλαίσιο [...] να ανιχνεύσουν μυρωδιές [...] συναισθηματική κατάσταση...».[40] Η Google έχει δημιουργήσει IoT υφάσματα, υποστηρίζοντας πως σκοπεύει να εισαγάγει τα επαγωγικά νήματα σε κάθε ρούχο και ύφασμα του πλανήτη. Ο επικεφαλής του εγχειρήματος Ιβάν Πούπιρεφ (Ivan Poupyrev) εξηγεί: «Αν πετύχεις την υλική ενσωμάτωση ενός αισθητήρα στην ύφανση ενός ρούχου, αναχωρείς από την αμιγώς ηλεκτρονική σφαίρα, αφού κάτι τέτοιο καθιστά δυνατή την αλληλεπίδραση με βασικά υλικά του κόσμου που μας περιβάλλει». Μια συνεργασία με τη Levi Strauss έχει ήδη αποφέρει ένα «διαδραστικό τζιν ύφασμα», συμπεριλαμβανομένου ενός μπουφάν το οποίο λανσαρίστηκε στην αγορά τον Σεπτέμβριο του 2017. Το υλικό περιγράφεται ως ικανό να «διαγνώσει συμπεριφορά» ώστε να είναι «διαδραστικό αλλά ταυτόχρονα και αυθεντικό».[41] Το μπουφάν έχει ενσωματωμένους αισθητήρες οι οποίοι «βλέπουν» μέσα από το ύφασμα με στόχο να ανιχνεύουν και να αποκρυπτογραφούν ακόμη και εξαιρετικά διακριτικές κινήσεις, όπως το τρεμόπαιγμα του δαχτύλου σου.

Η επανάληψη των ιδεών που εισηγήθηκε ο ΜακΚέι σε πάσης φύσεως κείμενα για τις προσαρτώμενες συσκευές προξενεί σάστισμα.

Όπως και ο ΜακΚέι, ο οποίος επέμενε πως οι τηλεμετρικές συσκευές πρέπει να λειτουργούν «χωρίς την επίγνωση» των «φαινομενικά ελεύθερων ζώων», έτσι και οι σύγχρονοι σχεδιαστές επισημαίνουν πως οι προσαρτώμενες συσκευές πρέπει να είναι «διακριτικότατες» ώστε να μην προκαλούν την ανησυχία του χρήστη. Πρέπει να λειτουργούν «αδιάκοπα», να «βρίσκονται παντού» και είναι εξαιρετικά σημαντικό να είναι «φτηνές» για να επιτυγχάνονται οι οικονομίες φάσματος.[42] Η εταιρεία ψηφιακού μάρκετινγκ Ovum προβλέπει 650 εκατομμύρια προσαρτώμενες συσκευές μέχρι το 2020, διπλάσιο σχεδόν αριθμό απ' ό,τι το 2016, και, σύμφωνα με έρευνά της, κινητήρια δύναμη της ανάπτυξης στον τομέα είναι κατά κύριο λόγο το δέλεαρ των κατασκοπευτικών εσόδων. Επιπλέον, δηλώνεται πως οι διαφημιστές οι οποίοι δραστηριοποιούνται σε κινητές συσκευές αντιμετωπίζουν τις προσαρτώμενες συσκευές ως «μια πηγή αναλυτικότατης εικόνας των δεδομένων καθώς και ως πηγή νέων τύπων συμπεριφορικών δεδομένων και δεδομένων χρήσης. Οι προσαρτώμενες συσκευές του μέλλοντος θα έχουν την ικανότητα να συλλέγουν μεγάλη ποικιλία δεδομένων τα οποία θα σχετίζονται με την περιρρέουσα δραστηριότητα του χρήστη, με την υγεία του και τη συναισθηματική του κατάσταση. Αυτές οι πληροφορίες μπορούν να χρησιμοποιηθούν για τη βελτίωση και την προσαρμογή προϊόντων καθώς και του μηνύματος του μάρκετινγκ με τρομερά αποτελέσματα...».[43]

Ο τομέας της υγείας είναι άλλο ένα ιδιαίτερα ενεργό δοκιμαστικό πεδίο για προσαρτώμενες συσκευές εξοπλισμένες με αισθητήρες, όμως, δεδομένων των αγαθών προθέσεων της αρχικής ιδέας, έχουμε να κάνουμε με μια ιδιαίτερα επιζήμια εξέλιξη. Όταν η τηλεμετρία έκανε πρώτη φορά τη μετάβαση από τα κοπάδια των θηλαστικών και τα σμήνη των πουλιών του ΜακΚέι στα ανθρώπινα όντα, μια από τις πρώτες εφαρμογές της ήταν η επίβλεψη ευάλωτων ανθρώπων· είχε τη μορφή μπουτονιέρας για ηλικιωμένους οι οποίοι ζούσαν μόνοι τους. Το 2002, τη χρονιά που ο ανεκδήλωτος ακόμη κατασκοπευτικός καπιταλισμός έκανε τα πρώτα σημαντικά του βήματα, μια παρουσίαση της «ασύρματης τηλεϊατρικής» εστίαζε στην αξία της παρακολούθησης των ηλικιωμένων στο σπίτι τους και στην επέκταση των υπηρεσιών υγείας σε απομακρυσμένες περιοχές. Όπως και στην περίπτωση του Νοήμονος Σπιτιού, το διάγραμμα της προτεινόμενης ψηφιακής αρχιτεκτονικής εμπεριείχε έναν κλειστό βρόχο ο οποίος συνέδεε τρία και μόνο στελέχη: την ασθενή που έμενε στο σπίτι, τους αντίστοιχους διακομιστές του νοσοκομείου και τον γιατρό της.[44] Σε κα-

νένα από τα δύο μοντέλα χρήσης δεν υπεισέρχονται πρόσθετα τρίτα μέρη· δεν υπάρχουν εταιρείες οι οποίες συλλέγουν τη συμπεριφορά σου, δεν υπάρχουν τεχνολογικοί κολοσσοί με διάτρητες πλατφόρμες και ιδιόκτητους διακομιστές που μετατρέπουν τη ζωή σου σε πλεόνασμα ώστε να μπορούν να στοιχηματίσουν ποιο θα είναι το επόμενο πράγμα που θα επιθυμήσεις προκειμένου οι πελάτες τους να είναι οι πρώτοι που θα σου το πουλήσουν.

Πριν από τη γέννηση και την εξάπλωση του κατασκοπευτικού καπιταλισμού ήταν δυνατό να φανταστούμε την ψηφιακή ενσάρκωση του σώματός σου ως ένα στοιχείο που θα μπορούσε να εμπλουτίσει τις στενές σχέσεις μεταξύ ενός ασθενή και του έμπιστου γιατρού του, μιας μητέρας κι ενός παιδιού, των ηλικιωμένων γονέων και των ενήλικων παιδιών τους. Καθώς ο κατασκοπευτικός καπιταλισμός κυριαρχεί στο ψηφιακό περιβάλλον, αυτό το όραμα πλέον έχει καταστεί φαιδρό. Τόσο το Νοήμον Σπίτι όσο και το μοντέλο της τηλεϊατρικής υποθέτουν πως όλα τα συμπεριφορικά δεδομένα επενδύονται εκ νέου στην υπηρεσία του ανθρώπινου όντος το οποίο είναι υποκείμενο αυτής της διαδικασίας, προσφέροντας γαλήνη, εμπιστοσύνη και αξιοπρέπεια – την ευκαιρία για πραγματική γνώση και χειραφέτηση.

Πολλά άρθρα για την εξ αποστάσεως παρακολούθηση της υγείας συνεχίζουν να δίνουν έμφαση στη χρησιμότητά της για τους ηλικιωμένους, ωστόσο αυτή τη στιγμή η συζήτηση πόρρω απέχει από την καλοπροαίρετη βάση του παρελθόντος. Ορισμένοι ερευνητές προσδοκούν τη μείξη των «έξυπνων πόλεων» με αυτό που πλέον αποκαλείται «κινητή υγεία» με στόχο τη δημιουργία της «έξυπνης υγείας» η οποία ορίζεται ως «παροχή υπηρεσιών υγείας κάνοντας χρήση δικτύου με επίγνωση πλαισίου και της αισθητηριακής υποδομής των έξυπνων πόλεων».[45] Γι' αυτόν τον σκοπό πλέον υπάρχουν αξιόπιστοι αισθητήρες για την αναγωγή μιας αυξανόμενης γκάμας σωματικών διεργασιών σε συμπεριφορικά δεδομένα – θερμοκρασία σώματος, σφυγμοί, εγκεφαλική λειτουργία, μυϊκές κινήσεις, αρτηριακή πίεση, ρυθμός εφίδρωσης, κατανάλωση ενέργειας, κινήσεις κορμού και κινήσεις άκρων. Υπάρχουν αισθητήρες οι οποίοι μεταφράζουν ακουστικά, οπτικά και φυσιολογικά δεδομένα κατά τη μετεγχειρητική νοσηλεία και την αποκατάσταση. Επίσης, έχει δημιουργηθεί ένα ελαστικό υφασμάτινο επίθεμα εφοδιασμένο με αισθητήρες το οποίο μεταφράζει την αναπνοή, τις κινήσεις των χεριών, την κατάποση και το βάδισμα σε συμπεριφορικά δεδομένα. Άλλες εφαρμογές, όπως οι «προ-

σαρτώμενοι μικρομηχανικοί αισθητήρες», προσφέρουν «ακριβή εμβιομηχανική ανάλυση» καθώς περπατάς ή τρέχεις, και ένα «δίκτυο σώματος» καταγράφει και αναλύει το περπάτημα και το τρέξιμο «υπό ακραίες συνθήκες».[46]

Το γεγονός πως σήμερα παρακολουθούμε τα δεδομένα της υγείας μας από το τηλέφωνό μας και λαμβάνουμε ιατρικές συμβουλές από κει, ενώ ταυτόχρονα αυτοί οι υπολογιστές τσέπης εισβάλλουν ανηλεώς στη ζωή μας αποτελεί εμφατικό τεκμήριο της αποτυχίας του συστήματος υγείας να υπηρετήσει τις ανάγκες των ατόμων της δεύτερης νεωτερικότητας. Η κινητή υγεία έχει πυροδοτήσει μια έκρηξη αναγωγής και συλλογής συμπεριφορικού πλεονάσματος, καθώς οι άνθρωποι πρόθυμα καταχωρίζουν τον αριθμό του ιατρικού φακέλου τους σε βραχιόλια παρακολούθησης αθλητικής δραστηριότητας και σε εφαρμογές διατροφικής παρακολούθησης για υποστήριξη και καθοδήγηση.[47] Ήδη το 2016 υπήρχαν περισσότερες από 100.000 κινητές εφαρμογές υγείας διαθέσιμες στις πλατφόρμες του Android και του iOs της Apple – αριθμός διπλάσιος από εκείνον του 2014.[48] Τα πλούσια δεδομένα πλέον είναι αδιανόητο να υπάρξουν εντός των μύχιων κλειστών βρόχων μεταξύ γιατρού και ασθενή, μεταξύ εφαρμογής και χρηστών που απλώς θέλουν να αθληθούν ή να χάσουν βάρος. Αυτό το ειδυλλιακό όραμα σίγουρα έχει τους υπέρμαχούς του, αλλά για τους επιχειρηματίες του κατασκοπευτικού καπιταλισμού δεν αποτελεί τίποτε άλλο παρά μια ξεθωριασμένη δαγκεροτυπία.

Στις Ηνωμένες Πολιτείες οι περισσότερες εφαρμογές υγείας και άθλησης δεν υπόκεινται σε νομοθεσία ιατρικού απορρήτου και οι νόμοι που όντως υπάρχουν δεν λαμβάνουν επαρκώς υπόψη τους ούτε τις νέες ψηφιακές δυνατότητες ούτε και τη δρμύτητα των διεργασιών του κατασκοπευτικού καπιταλισμού. Οι εταιρείες είναι οι ίδιες υπεύθυνες για την αυτορρύθμισή τους ακολουθώντας κατά το δοκούν τις κανονιστικές οδηγίες της Ομοσπονδιακής Επιτροπής Εμπορίου (FTC) και άλλων κυβερνητικών υπηρεσιών. Για παράδειγμα, το 2016 η FTC εξέδωσε μια λίστα ενδεδειγμένων πρακτικών για σχεδιαστές κινητών εφαρμογών υγείας με στόχο την αύξηση της διαφάνειας, της προστασίας του απορρήτου και της ασφάλειας. Μεταξύ άλλων, οι σχεδιαστές προτρέπονταν «να διασφαλίζουν πως οι εφαρμογές τους δεν αποκτούν πρόσβαση σε πληροφορίες καταναλωτή χωρίς να παρίσταται ανάγκη», «να αφήνουν τον καταναλωτή να επιλέγει συγκεκριμένες επαφές και να μην επιτρέπουν στην εφαρμογή να αιτείται πρόσβαση σε όλες τις επαφές του χρήστη μέσω της συνηθισμένης

διεπαφής προγραμματισμού εφαρμογών», καθώς και να αφήνουν τους χρήστες να «διατηρούν προεπιλεγμένες ρυθμίσεις προστασίας του απορρήτου». Το ίδιο έτος ο Οργανισμός Τροφίμων και Φαρμάκων ανακοίνωσε πως *ούτε εκείνος* θα επιδίωκε τη ρύθμιση των εφαρμογών υγείας και άθλησης, αποκαλώντας τες «χαμηλού κινδύνου». Η υπηρεσία προτίμησε να εκδώσει η ίδια ένα σύνολο προαιρετικών οδηγιών για τους σχεδιαστές λογισμικού.[49]

Οι κατά τα άλλα καλοπροαίρετες οδηγίες των υπηρεσιών παραβλέπουν τη δυσάρεστη αλήθεια πως η διαφάνεια και το απόρρητο αποτελούν δύναμη τριβής για τον κατασκοπευτικό καπιταλισμό, όπως τριβή αποτελούσε και η βελτίωση των συνθηκών εργασίας, η απόρριψη της παιδικής εργασίας και η συρρίκνωση των ημερήσιων ωρών εργασίας για τον πρώιμο βιομηχανικό καπιταλισμό. Εκείνη την εποχή χρειάστηκε στοχευμένη νομοθεσία, όχι προτάσεις. Τότε, όπως και τώρα, τα προβλήματα τα οποία επιχειρούν να μετριάσουν αυτές οι εκκλήσεις για αυτοσυγκράτηση δεν μπορούν να ερμηνευτούν ως υπερβολές, λάθη, παραβλέψεις ή εσφαλμένη κρίση· επιβάλλονται από την κυρίαρχη φιλοσοφία της συσσώρευσης και τις αδυσώπητες οικονομικές επιταγές της.

Μια νομική αξιολόγηση κινητών εφαρμογών υγείας καταλήγει πως οι περισσότερες από αυτές «συλλέγουν προσωπικά στοιχεία και δεδομένα των καταναλωτών χωρίς άδεια και [...] σε γενικές γραμμές δεν ενημερώνουν τον χρήστη ότι αυτές οι πληροφορίες μεταβιβάζονται σε διαφημιστικές εταιρείες». Ο κατάλογος των μελετών που επιβεβαιώνουν αυτά τα πορίσματα είναι μεγάλος,[50] ωστόσο εδώ θα εστιάσουμε σε μια διεξοδική έρευνα του 2016, η οποία διεξήχθη από ακαδημαϊκούς της Σχολής Διεθνών Υποθέσεων Munk του Πανεπιστημίου του Τορόντο σε συνεργασία με την Open Effect, μια μη κερδοσκοπική οργάνωση με κύριο αντικείμενο την προστασία του απορρήτου και την ασφάλεια. Αυτή η μελέτη εξέτασε τη δραστηριότητα συλλογής, επεξεργασίας και χρήσης εννέα εφαρμογών αθλητικής παρακολούθησης.[51] Επτά από αυτές επιλέχτηκαν με κριτήριο την απήχησή τους στο κοινό, μία ήταν καναδικής εταιρείας και η τελευταία εξειδικευόταν στη γυναικεία υγεία. Από τις εννέα εφαρμογές, οι επτά μετέδιδαν κάθε καταγεγραμμένο αθλητικό συμβάν στους διακομιστές της εταιρείας, κάτι που επέτρεπε τη δημιουργία αντιγράφων ασφάλειας, την κοινοποίηση σε φίλους αλλά και την «ανάλυση δεδομένων» και τη διανομή τους σε τρίτα μέρη. Ορισμένες από τις εφαρμογές μετέδιδαν αναγνωριστικούς αριθμούς συσκευών· άλ-

λες, εκ των προδιαγραφών τους, μετέδιδαν αδιαλείπτως το ακριβές γεωγραφικό μήκος και πλάτος του χρήστη. Αυτά τα αναγνωριστικά «μπορούσαν να αντιστοιχίσουν βιογραφικά και αθλητικά δεδομένα με μια συγκεκριμένη τηλεφωνική συσκευή ή με συγκεκριμένη προσαρτώμενη συσκευή...». Επιπροσθέτως, κανένα από αυτά τα ευαίσθητα δεδομένα δεν ήταν απαραίτητο για τη σωστή λειτουργία της εφαρμογής, ενώ οι περισσότερες πολιτικές απορρήτου, στην καλύτερη περίπτωση, ήταν ασαφείς και επέτρεπαν «την ανταλλαγή των δεδομένων σου ή την πώλησή τους σε τρίτα μέρη». Όπως έχουμε δει, όταν ένα τρίτο μέρος συλλέξει το πλεόνασμά σου, αυτό κοινοποιείται σε άλλα τρίτα μέρη, τα οποία με τη σειρά τους κάνουν το ίδιο κ.ο.κ.

Επιπλέον, η ερευνητική ομάδα εξέτασε τη μετάδοση της μοναδικής για κάθε τηλέφωνο διεύθυνσης ελέγχου προσπέλασης, ή αλλιώς διεύθυνση MAC. Όταν αυτή η διεύθυνση καθίσταται προσβάσιμη από το κοινό, οποιοδήποτε τρίτο μέρος το οποίο ενδιαφέρεται για τις κινήσεις σου –έμποροι λιανικής που θέλουν να γνωρίζουν τη δραστηριότητά σου στο εμπορικό κέντρο, ασφαλιστές που ενδιαφέρονται για τον βαθμό στον οποίο ακολουθείς ένα πρόγραμμα άσκησης– μπορεί να παρακολουθεί «συστηματικά» το τηλέφωνό σου. Πολλαπλά σύνολα δεδομένων τα οποία προοδευτικά συσσωρεύονται μπορούν να συνδυαστούν ώστε να συνθέσουν μια εξαιρετικά ευκρινή εικόνα των κινήσεών σου, επιτρέποντας τη στόχευση των εφαρμογών και αυξάνοντας την πιθανότητα των εγγυημένων αποτελεσμάτων. Η μόνη ουσιαστική προστασία προέρχεται από εφαρμογές οι οποίες απρογραμμάτιστα αλλά συχνά αλλάζουν τη διεύθυνση MAC του τηλεφώνου σου. Ωστόσο, από τις συγκεκριμένες εννέα εφαρμογές μόνο εκείνη της Apple εκτελούσε αυτή τη λειτουργία.

Επίσης, η έκθεση εντοπίζει μια γενικευμένη τάση αμελούς ασφάλειας καθώς και τη δυνατότητα δημιουργίας ψευδών δεδομένων. Οι ερευνητές παρατήρησαν πως οι καταναλωτές ενδέχεται να παραπλανηθούν ή να μπερδευτούν, υπερεκτιμώντας το εύρος των μέτρων ασφαλείας και υποτιμώντας «το φάσμα των προσωπικών δεδομένων που συλλέγονται από τις εταιρείες δημιουργίας εφαρμογών αθλητικής παρακολούθησης». Το δε τελικό πόρισμα ήταν το εξής: «Ανακαλύψαμε τρομερές αδυναμίες σε επίπεδο ασφάλειας, εξαιρετικά ακριβείς μεταδόσεις δεδομένων γεωεντοπισμού οι οποίες δεν φαίνεται να εξυπηρετούν με κανέναν τρόπο τον τελικό χρήστη και [...] πολιτικές οι οποίες αφήνουν παραθυράκια για την πώληση των αθλητικών δεδομένων των χρηστών σε τρίτα μέρη χωρίς ρητή συναίνεση».

Αν δεν είστε διατεθειμένοι να πάρετε αυτή την έκθεση στα σοβαρά επειδή θεωρείτε πως τα βραχιόλια αθλητικής παρακολούθησης δεν είναι τίποτε άλλο παρά παιχνίδια, ας ρίξουμε μια ματιά σε μια διεξοδική έρευνα πάνω σε Android εφαρμογές παρακολούθησης διαβήτη η οποία δημοσιεύτηκε το 2016 σε μια έκθεση του *Journal of American Medicine* ώστε να αποκτήσουμε μια επαρκέστατη εικόνα της φρενίτιδας αναγωγής του σώματός μας. Οι ερευνητές σημειώνουν πως παρόλο που ο Οργανισμός Τροφίμων και Φαρμάκων ενέκρινε τη συνταγογράφηση ποικίλων εφαρμογών οι οποίες μεταδίδουν ευαίσθητα δεδομένα υγείας, οι παρασκηνιακές πρακτικές αυτών των εφαρμογών είναι σχετικά «ανερεύνητες». Οι ερευνητές εξέτασαν 211 εφαρμογές για διαβητικούς και πήραν ένα τυχαίο δείγμα 65 από αυτές για προσεκτικότερη ανάλυση των πρακτικών μετάδοσης δεδομένων.[52]

Το κατέβασμα και μόνο του λογισμικού αυτών των εφαρμογών «επέτρεπε αυτομάτως τη συλλογή και την τροποποίηση ευαίσθητων δεδομένων». Οι ερευνητές εντόπισαν σημαντική παρασκηνιακή δραστηριότητα· μεταξύ άλλων, εφαρμογές οι οποίες τροποποιούν ή διαγράφουν τις πληροφορίες σου (64%), διαβάζουν την κατάσταση και το αναγνωριστικό του τηλεφώνου σου (31%), συγκεντρώνουν δεδομένα τοποθεσίας (27%), βλέπουν τις ασύρματες συνδέσεις σου (12%) και ενεργοποιούν την κάμερα του τηλεφώνου ώστε να αποκτήσουν πρόσβαση στις φωτογραφίες και στα βίντεό σου (11%). Το 4 με 6% των εφαρμογών πήγαινε ακόμη πιο πέρα: Διάβαζε τη λίστα των επαφών σου, καλούσε αριθμούς καταχωρισμένους στη συσκευή σου, τροποποιούσε τις επαφές σου, διάβαζε το αρχείο κλήσεων και ενεργοποιούσε το μικρόφωνο για την καταγραφή της ομιλίας σου.

Τέλος, η ερευνητική ομάδα έφερε στο φως ένα ακόμη πιο θλιβερό μυστικό σχετικά με τις πολιτικές απορρήτου: Είναι ως μη γενόμενες. Από τις εν λόγω 211 εφαρμογές, το 81% δεν διέθετε πολιτικές απορρήτου και από εκείνες που διέθεταν «οι όροι τους δεν προστάτευαν στο σύνολό τους το απόρρητο». Από τις εφαρμογές *χωρίς* πολιτική απορρήτου, το 76% κοινοποιούσε ευαίσθητα δεδομένα σε τρίτα μέρη και από εκείνες ο οποίες όντως διέθεταν πολιτικές απορρήτου, το 79% κοινοποιούσε δεδομένα παρόλο που μόνο περίπου οι μισές το παραδέχονταν στις δημόσιες δηλώσεις τους. Με άλλα λόγια, ένας πιο εύστοχος χαρακτηρισμός των συγκεκριμένων πολιτικών απορρήτου θα ήταν *πολιτικές κατασκόπευσης*, κι έτσι προτείνω να τις αποκαλούμε.

Οι επικράτειες δράσης της αναγωγής του σώματος είναι πολλές:

εσωτερικά όργανα, αίμα, μάτια, εγκεφαλικά κύματα, πρόσωπα, βάδιση, στάση σώματος. Καθεμιά από αυτές εμπεριέχει τα ίδια μοτίβα και τους ίδιους σκοπούς που είδαμε νωρίτερα. Οι επιχειρηματίες του κατασκοπευτικού καπιταλισμού αντιμάχονται με μένος οποιεσδήποτε απόπειρες περιορισμού της αναγωγής. Η μανία με την οποία αυθαίρετα διεκδικούν το «δικαίωμα στην αναγωγή» αποτελεί τρανή απόδειξη της θεμελιώδους σημασίας της στην επίτευξη των κατασκοπευτικών εσόδων.

Αυτή η μανία αντικατοπτρίζεται ξεκάθαρα στην αποφασιστικότητα με την οποία ο κατασκοπευτικός καπιταλισμός επιχειρεί να αποθαρρύνει, να εξαλείψει ή να εξασθενίσει τους νόμους που διέπουν την αναγωγή των βιομετρικών δεδομένων, και ιδιαίτερα την αναγνώριση προσώπου. Λόγω του ότι στις Ηνωμένες Πολιτείες δεν υφίσταται ομοσπονδιακή νομοθεσία περί αναγνώρισης προσώπου, τούτες οι μάχες δίνονται σε πολιτειακό επίπεδο. Προς το παρόν ο νόμος ο οποίος περιέχει τις ουσιαστικότερες προστατευτικές διατάξεις είναι ο Νόμος περί Απορρήτου Βιομετρικών Δεδομένων της πολιτείας του Ιλινόις. Σύμφωνα με αυτόν, οι εταιρείες επιβάλλεται να λάβουν γραπτή συγκατάθεση πριν συλλέξουν τα βιομετρικά δεδομένα οποιουδήποτε ατόμου. Μεταξύ άλλων, ο νόμος δίνει στα άτομα το δικαίωμα να μηνύσουν μια εταιρεία για αυθαίρετη αναγωγή.[53]

Ο οργανισμός Center for Public Integrity, σε συνεργασία με δημοσιογράφους, υπέρμαχους του απορρήτου και νομικούς, έχει καταγράψει την υπονομευτική δράση των εταιρειών του κατασκοπευτικού καπιταλισμού κατά του νόμου του Ιλινόις και παρόμοιων νομικών εισηγήσεων σε άλλες πολιτείες. Από τις εταιρείες τεχνολογίας, πιο μαχητική από όλες σε επίπεδο βιομετρικών δεδομένων θεωρείται η Facebook, η οποία διαθέτει μοναδικό ανταγωνιστικό πλεονέκτημα στην αναγνώριση προσώπου και, απ' ό,τι φαίνεται, «εργάζεται πυρετωδώς ώστε να αποτρέψει την εφαρμογή νόμων παρόμοιων με του Ιλινόις και σε άλλες πολιτείες».[54]

Η διόλου αμηλητέα πολιτική επιρροή της Facebook καλλιεργήθηκε σε ελάχιστα χρόνια, κατά τη διάρκεια των οποίων η εταιρεία αφομοίωσε τα διδάγματα πολιτικής και πολιτισμικής σχύρωσης της Google. Ο ιδρυτής της εταιρείας Μαρκ Ζάκερμπεργκ επέδειξε ακλόνητη αποφασιστικότητα στο να διατηρήσει την ελευθερία κινήσεων που του πρόσφερε το νομοθετικό κενό, διαστέλλοντας τα όρια των υφιστάμενων κανονισμών και αντιμαχόμενος σθεναρά ακόμη και τον παραμικρό ψίθυρο περί νέας νομοθεσίας. Από το 2009 έως το 2017 η εται-

ρεία αύξησε κατά πενήντα φορές τις δαπάνες του λόμπι της, συγκροτώντας «έναν θηριώδη κύκλο επιρροής από λομπίστες της Ουάσινγκτον». Τα 4,6 εκατομμύρια δολάρια που η Facebook επένδυσε σε δωρεές κατά τον εκλογικό κύκλο του 2016 ήρθαν να συμπληρώσουν τα 11,5 εκατομμύρια του προϋπολογισμού του εταιρικού λόμπι για το 2017.[55]

Τα πλεονεκτήματα του Ζάκερμπεργκ στη βιομετρική είναι σημαντικά. Το 2017 η Facebook είχε να επιδείξει δύο δισεκατομμύρια μηνιαίους χρήστες οι οποίοι ανέβαζαν 350 εκατομμύρια φωτογραφίες τη μέρα· μια οδός εφοδιασμού που ακόμη και οι ίδιοι οι ερευνητές της εταιρείας θεωρούσαν «ουσιαστικά ανεξάντλητη». Το 2018 η ερευνητική ομάδα της Facebook ανακοίνωσε πως είχε «κάνει το αποφασιστικό βήμα» και πλέον μπορούσε να αναγνωρίσει πρόσωπα «στη φύση» με ακρίβεια 97,35%, «επίδοση η οποία δεν υπολείπεται κατά πολύ της αντίστοιχης ανθρώπινης». Η έκθεση υπογραμμίζει την υπεροχή της εταιρείας όσον αφορά τον εφοδιασμό και την παραγωγή, δίνοντας έμφαση στη χρήση της «βαθιάς μάθησης» βασισμένης σε «μεγάλα σύνολα δεδομένων εκπαίδευσης».[57] Η Facebook έκανε γνωστό τον ενθουσιασμό της για την επικείμενη χρήση της αναγνώρισης προσώπου ως μέσου για την αποτελεσματικότερη στόχευση διαφημίσεων, αλλά ακόμη μεγαλύτερη πηγή ανάτασης αποτελούσαν οι σπουδαίες ευκαιρίες μηχανικής εκπαίδευσης που πρόσφερε ο αχανής όγκος φωτογραφιών. Ήδη το 2018 οι μηχανές της Facebook μάθαιναν να διακρίνουν δραστηριότητες, ενδιαφέροντα, διάθεση, βλέμματα, ρουχισμό, βάδισμα, μαλλιά, σωματότυπο και στάση σώματος.[58] Οι δυνατότητες εμπορικής εκμετάλλευσης είναι απεριόριστες.

Κανένας παρατηρητής της επιταγής της πρόγνωσης δεν θα πρέπει να εκπλήσσεται από το γεγονός πως η Facebook, έχοντας ένα τέτοιο συγκριτικό πλεονέκτημα στη διάθεσή της, δεν προτίθεται να συμβιβαστεί με κάτι λιγότερο από την απόλυτη κυριαρχία στο εγχείρημα αναγωγής προσώπων και την επίτευξη πιο κερδοφόρων προϊόντων πρόγνωσης. Έως τώρα, οι προσπάθειες της Facebook και των ομόσταβλών της έχουν στεφθεί με επιτυχία ματαιώνοντας νομοθετικές εισηγήσεις στη Μοντάνα, στο Νιου Χάμσαϊρ, στο Κονέκτικατ και στην Αλάσκα, ενώ κατάφεραν να συνθλίψουν θεσμικά άλλο ένα σχετικό νομοσχέδιο στην πολιτεία της Ουάσινγκτον. Από τις τεχνολογικές εταιρείες, η μόνη που συνέχισε να αντιμάχεται ακόμη και την ξεδοντιασμένη εκδοχή του εν λόγω νομοσχεδίου ήταν η Facebook.[59]

Αν η αναγωγή διακοπεί, ο κατασκοπευτικός καπιταλισμός θα

καταρρεύσει, αφού το προπατορικό αμάρτημα της αναγωγής αποτελεί τη βάση ολόκληρου του εγχειρήματος. Τούτο το γεγονός αντανακλάται ευκρινώς στη δημόσια ένταση η οποία το 2015 περιέβαλε την ατελέσφορη προσπάθεια χορήγησης οδηγιών για το κοινό πάνω στη δημιουργία και στη χρήση βιομετρικών πληροφοριών στο περιθώριο ενός ανοιχτού «πολυσυμμετοχικού φόρουμ περί απορρήτου» το οποίο διοργανώθηκε από την Εθνική Διεύθυνση Τηλεπικοινωνιών και Πληροφοριών (NTIA) υπό την αιγίδα του Υπουργείου Εμπορίου των Ηνωμένων Πολιτειών. Έπειτα από εβδομάδες διαπραγματεύσεων μέλη οργανώσεων για την προστασία του καταναλωτή αποχώρησαν σε ένδειξη διαμαρτυρίας για την αμετακίνητη θέση των τεχνολογικών εταιρειών και των εκπροσώπων των λόμπι τους πάνω στο πιο καίριο ζήτημα, εκείνο της συναίνεσης.

Οι εταιρείες επέμεναν στο δικαίωμά τους να χρησιμοποιούν συστήματα αναγνώρισης προσώπου για την ταυτοποίηση «αγνώστων στον δρόμο» χωρίς την πρότερη συναίνεση του ατόμου. Ένας λομπίστας ο οποίος συμμετείχε στις συνομιλίες είπε στον τύπο πως «Καθένας έχει το δικαίωμα να βγάζει φωτογραφίες σε δημόσιους χώρους [...] τώρα αν κάποιος θέλει να χρησιμοποιήσει αναγνώριση προσώπου, γιατί να πρέπει να λάβει άδεια εκ των προτέρων;». Ακαδημαϊκοί σε θέματα απορρήτου έσπευσαν να απαντήσουν πως δεν υπάρχει νομικά θεσπισμένο δικαίωμα για τέτοια δραστηριότητα, πόσο μάλλον δικαίωμα το οποίο να απορρέει από την Πρώτη Τροπολογία.[60] Κανείς δεν έλαβε υπόψη του το γεγονός πως η επιταγή της πρόγνωσης προκρίνει την άγνοια του ατόμου ως το προτιμητέο προσωπικό καθεστώς για τη δραστηριότητα αναγωγής, ακριβώς όπως είχε παρατηρήσει η Άρεντ και είχε εισηγηθεί ο ΜακΚέι για τα ζώα στη φύση. Το προπατορικό αμάρτημα προτιμά το σκοτάδι.

Οι συνομιλίες συνεχίστηκαν χωρίς τους αποχωρήσαντες και το 2016 η NTIA εξέδωσε «Συστάσεις για τις βέλτιστες πρακτικές απορρήτου όσον αφορά την εμπορική χρήση της αναγνώρισης προσώπου». Οι οδηγίες θα πρέπει να λογίζονται ως «βέλτιστες» για τους επιχειρηματίες του κατασκοπευτικού καπιταλισμού και «χείριστες» για όλους τους υπόλοιπους. Σύμφωνα με αυτές, οι τεχνολογικές εταιρείες, οι έμποροι λιανικής και όσοι άλλοι είναι αποφασισμένοι να επιδιώξουν τα κατασκοπευτικά έσοδα «ενθαρρύνονται» να παρέχουν «στους καταναλωτές πρόσβαση» στις πολιτικές αναγνώρισης προσώπου με «εύλογο τρόπο...». Όταν οι εταιρείες εξασκούν αναγνώριση προσώπου σε ενσώματους χώρους, «ενθαρρύνονται» να «προειδοποιούν»

τους καταναλωτές.[61] Κατ' αυτόν τον τρόπο, αθόρυβα, η δραστηριότητα αναγωγής αποκτά νομιμότητα, όχι μόνο με την ουσιαστική κατοχύρωση της απουσίας συναίνεσης, αλλά επειδή στέκεται ως μια αδιασάλευτη πραγματικότητα στολισμένη με τις φτηνιάρικες κορδέλες ατροφικών «βέλτιστων πρακτικών». Ο Αλβάρο Μπεντόγια (Alvaro Bedoya), νομικός του Πανεπιστημίου της Τζορτζτάουν και μέλος της ομάδας προστασίας του καταναλωτή η οποία αποχώρησε από τις διαβουλεύσεις, κατακεραύνωσε τις συστάσεις αποκαλώντας τες «παρωδία των Αρχών Θεμιτών Πρακτικών Συλλογής Πληροφοριών πάνω στις οποίες υποτίθεται πως βασίζονται». Δεν προσφέρουν «καμία ουσιαστική προστασία στα άτομα» και «είναι αδύνατο να τις πάρουμε στα σοβαρά».[62]

Υπό το καθεστώς του κατασκοπευτικού καπιταλισμού τα άτομα δεν ανάγουν τη συμπεριφορά τους από επιλογή ή από υποχρέωση, αλλά από άγνοια και από τη δικτατορία της απουσίας εναλλακτικών. Ο διάχυτος μηχανισμός δρα μέσα από τον εξαναγκασμό και τη μυστικότητα. Η πορεία μας στη ζωή διέρχεται μέσα από ένα ψηφιακό περιβάλλον όπου η αθέλητη αναγωγή έχει γίνει αναπόδραστο γεγονός. Μας έχουν απομείνει ελάχιστα δικαιώματα τα οποία μας επιτρέπουν να γνωρίζουμε ή να αποφασίζουμε για το ποιος γνωρίζει ή να αποφασίζουμε για το ποιος αποφασίζει. Αυτός ο αφύσικος καταμερισμός της μάθησης δημιουργείται και συντηρείται από μυστικά διατάγματα, εφαρμόζεται από αόρατες μεθόδους και κατευθύνεται από εταιρείες ταγμένες στις οικονομικές επιταγές μιας αλλόκοτης νέας μορφής αγοράς. Ο κατασκοπευτικός καπιταλισμός επιβάλλει τη θέλησή του στο παρασκήνιο, ενώ ταυτόχρονα οι μελωδοί του τραγουδούν στο κοινό νανουρίσματα προσποιητής διαφάνειας και σύμπνοιας.

Η επιταγή της πρόγνωσης μεταμορφώνει πράγματα που μας ανήκουν σε πράγματα που τους ανήκουμε, αποσκοπώντας στην αναγωγή της ποικιλίας και του πλούτου του κόσμου μας, των σπιτιών μας και των κορμιών μας, και κατά συνέπεια στην εξυπηρέτηση των υπολογισμών και των επινοήσεών της στο μονοπάτι του κέρδους. Ωστόσο, τα χρονικά της αναγωγής δεν σταματούν εδώ. Η Δεύτερη Πράξη απαιτεί την αναχώρηση από τα σαλόνια και τους δρόμους μας και το ταξίδι σε έναν άλλο κόσμο κάτω από την επιφάνεια, εκεί όπου εκτυλίσσεται η μύχια ζωή.