



Έχουμε επιμείνει αρκετά στο γεγονός πως η τεχνητή νοημοσύνη, ο αυτοματισμός και ο ψηφιακός μετασχηματισμός δεν πρέπει να γίνονται κατανοητές ως διαδικασίες αντικατάστασης της ανθρώπινης εργασίας και της ανθρώπινης κοινωνικότητας αλλά ως διαδικασίες υποβάθμισης και αποειδίκευσης της χειρονακτικής εργασίας είτε της εργασίας στις υπηρεσίες. Δίπλα σε αυτή τη σταθερά της προσέγγισής μας πρέπει να προσθέσουμε και κάτι ακόμα: η τεχνητή νοημοσύνη, ο αυτοματισμός και ο ψηφιακός μετασχηματισμός είναι επίσης κομμάτι της αυτό-εικόνας που δημιουργούν τα αφεντικά για τις επιχειρήσεις τους, για το μπραντ τους, ώστε αυτές να μοιά-

ζουν σύγχρονες και αποδοτικές και με αυτό τον τρόπο να μπορούν να βρίσκουν επενδυτές, αγοραστές, δανειστές ή μετόχους. Ανεξάρτητα, δηλαδή, με όσα προκαλεί η ΤΝ στην εργασία, λειτουργεί και ως μια καλή βιτρίνα για τα αφεντικά. Τις περισσότερες φορές φυσικά λειτουργεί και στα δύο επίπεδα: υποβαθμίζει την εργασία και προσκαλεί τους επενδυτές.

Μια τέτοια ιστορία θα σας πούμε εν συντομία, την οποία αλιεύσαμε από τη μαρτυρία ενός νεαρού απόφοιτου μιας ευρωπαϊκής σχολής διοίκησης επιχειρήσεων για την εργασία του σε μια πολλά υποσχόμενη και καλά χρηματοδοτούμενη start-up, το 2017. Ο νεαρός, δυστυχώς, μιλάει με το ψευδώνυμο Σάιμον εξαιτίας της συμφωνίας μυστικότητας που έχει υπογράψει με την εταιρία και δεν μας λέει το όνομά της. Ξέρουμε όμως τα εξής: η εταιρία στην οποία δουλεύει ο Σάιμον έχει εισάγει στην αγορά μια εφαρμογή που απευθύνεται σε γνωστούς αθλητές, ηθοποιούς και επιχειρηματίες που ενδιαφέρονται για την αγορά ρούχων ευθυγραμμισμένων με τις τάσεις της μόδας. Η εφαρμογή υπόσχεται να συνδέσει τους υποψήφιους αγοραστές με τα ακριβά μπραντ και να τους προτείνει συνδυασμούς ρούχων και άλλων αξεσουάρ. Ας δούμε πως διατυπώνονται τα παραπάνω από την ίδια την εταιρία: «Είστε πολιτικός, αθλητής, ηθοποιός; Η εφαρμογή υπόσχεται να σας δώσει 100 τοις εκατό εξατομικευμένες προσφορές από τις πιο διάσημες γαλλικές μάρκες και τους πιο ταλαντούχους σχεδιαστές της αγοράς πολυτελείας με τους πιο συμφέροντες όρους. [...] Με τη χρήση της μηχανικής μάθησης».

Κατά τη δεύτερη βδομάδα της εργασίας του στην εταιρία, ο Σάιμον παρατήρησε πως στα γραφεία της δεν υπάρχει κάποιος επιστήμονας των δεδομένων ή κάποιος

μηχανικός λογισμικού, οπότε σε ένα διάλειμμα για καφέ ρώτησε το αφεντικό του σχετικά και πήρε την παρακάτω απάντηση: «Δεν χρειάζεσαι μηχανικούς λογισμικού, αν δεν έχεις καθόλου λογισμικό τεχνητής νοημοσύνης».

Η απάντηση ήταν αποστομωτική και έκανε τον Σάιμον να ψάξει περισσότερο. Πώς λειτουργούσε στην πραγματικότητα αυτή η εφαρμογή που μεσουρανούσε στα ΕΣΠΑ που απευθύνονταν στην ΤΝ;

Ο Σάιμον έμαθε λοιπόν πως το σύνολο των απαντήσεων που έφταναν, βαφτισμένες ως παράγωγα της ΤΝ, στους πελάτες της εταιρίας παράγονταν από εργαζόμενους που δούλευαν μέσα σε ένα ίντερνετ καφέ στο Ανταναναρίβο, την πρωτεύουσα της Μαδαγασκάρης. Πιο συγκεκριμένα οι εργαζόμενοι εκεί είχαν το καθήκον να κατασκοπεύουν τις εταιρίες που παράγουν ρούχα, τα μοντέλα τους, τις επιδείξεις μόδας, αλλά και τα ρούχα με τα οποία εμφανίζονται οι διασημότητες, με τη χρήση ψεύτικων προφίλ στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης αλλά και να ψάχνουν για προσφορές σε ιστότοπους αγοραπωλησίας ρούχων σε όλο τον κόσμο και να καταλήγουν στις κατάλληλες και τις πιο συμφέρουσες οικονομικά προτάσεις. Η εφαρμογή στην πραγματικότητα αποτελούσε ένα παράθυρο που συνέδεε τους εργαζόμενους στη Μαδαγασκάρη με τις Ευρωπαϊκές ελίτ και την Jacquemus ή την Prada. Ή καλύτερα: οι εργάτες στη Μαδαγασκάρη κάνοντας κλικ και σταδιακά αποκτώντας μια εξοικείωση με τις ενδυματολογικές συνήθειες των ευρωπαϊκών ελίτ, συνεισέφεραν στην αύξηση της ζήτησης συγκεκριμένων ακριβών ρούχων.

Συνεχίζοντας τις ερωτήσεις, ο Σάιμον έμαθε πως οι εργάτες/τριες από τη Μαδαγασκάρη ή την Ουγκάντα ήταν μια προσωρινή λύση, καθώς, ο απώτερος σκοπός της εταιρίας ήταν να τους χρησιμοποιήσει για να εκπαιδεύσει τους αλγόριθμους της προκειμένου να κάνουν αυτοί τη δουλειά. «Ιδανικά», εκμυστηρεύτηκε ένας άλλος από τους ιδρυτές, «θα μπορούσαμε να παράγουμε την τεχνητή νοημοσύνη. Αλλά, σε αυτό το στάδιο, έχουμε τόσα πολλά αιτήματα από πελάτες που είναι καλύτερο για εμάς να επικεντρωθούμε στο να κάνουμε πιο αποτελεσματική και κερδοφόρα την πλατφόρμα για τους απομακρυσμένους εργαζόμενους».

Με δικά μας λόγια: τα αφεντικά λένε ότι μπορούν, για να τραβάνε λεφτά από τα κράτη και να βρίσκονται στην αιχμή των νέων τεχνολογιών, αλλά δεν θέλουν -στον βαθμό που ο ιμπεριαλισμός τους επιτρέπει- να εκμεταλλεύονται την εργασία των αφρικανών εργατών δίνοντας αμοιβές με το κομμάτι ή με το κλικ. Τα ίντερνετ καφέ της Μαδαγασκάρης είναι τα εργαστήρια που δημιουργούν τη νοημοσύνη η οποία στη συνέχεια γίνεται «τεχνητή» ώστε να μπορέσει να πουληθεί στα δυτικά χρηματιστήρια.

Πέρα από την ΤΝ υπάρχει κι ο ιμπεριαλισμός. Κι όχι μόνο πέρα· δίπλα και πίσω από την Τεχνητή Νοημοσύνη υπάρχει ο ιμπεριαλισμός που επιτρέπει στα αφεντικά μας να παριστάνουν πως εκσυγχρονίζονται, ενώ στην πραγματικότητα καθιστούν αόρατο το ένα και μοναδικό θεμέλιο της κοινωνικής οργάνωσης που μας επιβάλλουν: την βέλτιστη εκμετάλλευση της εργασίας με σκοπό την συσσώρευση κεφαλαίου.

Κι άλλες τέτοιες ιστορίες υπάρχουν στο βιβλίο του Αντόνιο Καζίλι, «En attendant les robots»



Αι στο καλό!
Γι' αυτό είναι
όλη μέρα στα
κομπιούτερς!

