



& SAVOIR-VIVRE®

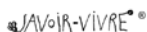
Creat cu pasiune și savoir-faire. Un volum Baroque Books & Arts®.

Akiko Busch

# CUM SĂ TE FACI NEVĂZUT

traducere din limba engleză de  
SÎNZIANA DRAGOȘ





Colecție coordonată de Dana MOROIU

Akiko Busch

HOW TO DISAPPEAR

Copyright © 2019 by Akiko Busch

All rights reserved including the right of reproduction in whole or in part in any form.

This edition published by arrangement with Penguin Press, an imprint of Penguin Publishing Group, a division of Penguin Random House LLC.

© Baroque Books & Arts®, 2019

Imaginea copertei: Attila Bajkó

Concepție grafică © Baroque Books & Arts®

Redactor: Ines HRISTEA

Corector: Rodica CREȚU

Descrierea CIP a Bibliotecii Naționale a României

BUSCH, AKIKO

Cum să te faci nevăzut / Akiko Busch;

trad. din lb. engleză de Sînziana Dragoș. - București: Baroque Books & Arts, 2019

ISBN 978-606-8977-46-1

I. Dragoș, Sînziana (trad.)

821.111

Tiparul executat de Master Print Super Offset

Niciun fragment din această lucrare și nicio componentă grafică nu pot fi reproduse fără acordul scris al deținătorului de copyright, conform Legii Dreptului de Autor.

*Pentru Colin, Julia, Conor*



„Norii capătă vizibilitate și apoi se risipesc în invizibilitate.  
Toate aparențele sunt asemenea norilor.“

JOHN BERGER



## INTRODUCERE

*Cu cât ceva e mai invizibil, cu atât mai sigur el există.*

JOSEPH BRODSKY

Mă ridic pe platforma improvizată între ramurile mai joase ale stejarului alb. Lăsată de izbeliște ani de-a rândul, s-a dărăpănat de-a binelea, iar treptele care duc la platforma umedă, măcinată de putregai, și-au ieșit din făgaș. Forma ei geometrică s-a strâmbat de tot, conformându-se mai degrabă haosului pădurii de acum decât planului pe care l-ar fi avut vânătorul cu ani în urmă, când a aliniat scândurile și le-a bătut în cuie. Totuși acest podeț năpădit de mușchi nu e un loc incomod de unde să admir pădurea înțesată cu stejari, arțari, fagi, nuci și frasini, să mă lămuresc ce pot să deslușesc din pădure și ce nu.

E neobișnuit de cald pentru începutul lui martie. Pe valea fluviului Hudson, din zona New Yorkului, iarna se prelungește de obicei până la vremea aceasta, dar în 2016 broaștele din mlaștinile din preajmă își începuseră deja rapsodiile. În după-amiaza despre care vorbim, pământul din pădure e umed, cu câteva pete de culoare lăsate de

verdele mușchiului și de argintiul lichenilor, de un pâlc de arpagic sălbatic răsărit de sub stratul de frunze uscate și de ultimele bobițe roșii din tufele care cresc peste iarnă. Coroanele copacilor se răsfiră golașe, lăsând lumina amiezii să inunde coama dealului. Urcând spre creastă, dau peste un fazan gulerat și peste două mierle albastre, al căror ciripit se întetește la auzul pașilor mei. Aud și croncănitul răgușit, îndepărtat, al unor ciori gălăgioase, dar mă îndoiesc că el se datorează prezenței mele. Ciorile sunt capabile să identifice chipurile oamenilor, dar pe mine nu mă cunosc. Nu am mai fost pe culmea asta de luni bune.

La câțiva metri de mine, o veveriță cenușie se oprește o clipă din ascensiunea pe o ramură superioară a unui arțar. Având ochii plasați de o parte și de alta a capului – datorită cărora acoperă un perimetru vizual amplu, cu bună focalizare – poate să mă vadă fără să se miște. Dar veverița are o percepție moderată a culorilor, căci un pigment galben din retina ei reduce strălucirea în mod natural. Mirosul și lumina îi sunt esențiale pentru modul în care receptează lumea exterioară. Felul în care mă vede depinde mai mult de mirosul și de umbra mea decât de forma mea propriu-zisă. Cuibul ei – o încropeală neorânduită de frunze, de rămurele și de scoarță de copac, așezată spre vârfurile copacilor – va fi complet ascuns de îndată ce va apărea frunzișul.

După vreo douăzeci de minute, un foșnet ușor, la câteva zeci de metri de mine, îmi indică prezența unei căprioare de culoarea prafului și a scoarței de copac. Se oprește din mers și privește spre mine, înclinându-și capul. Invizibilitatea mea ține de liniște și de nemișcare. Apucă un smoc de iarbă ițit dintre frunzele uscate risipite pe jos și apoi trece tăcută mai departe, pe lângă platformă,

coborând creasta spre o văiuță unde dă peste un fazan. El țipă și dă din aripi, iar căprioara o rupe la fugă, săltând spre dealul din față. Căprioarele nu disting culorile la fel ca noi. Ele au o bună vedere nocturnă și percep lumea în tonuri de albastru și de violet și în spectrul ultravioletoarelor, acesta din urmă nefiind vizibil pentru noi, oamenii. Dar nu pot să discearnă roșul și portocaliul. Sunetul și mișcarea, mai mult decât forma și culoarea, le avertizează asupra prezenței omului. Nu știu ce vede ea, dar presupun că e vorba doar despre câteva forme vagi, în diverse tonuri de violet.

Păsările nu numai că percep gradații de culoare care nouă ne scapă, dar celulele cu conuri în plus cu care le este echipată retina le permit să distingă și alte nuanțe de culori pe care noi nici nu putem să ni le închipuim. De o parte și de alta a capului, șerpii au organe cu cavități, menite să detecteze căldura a ceea ce se află împrejur. Dotați fiind cu vedere în spectrul infraroșu, ei navighează lumea prin „citirea” semnăturii termice a prăzii care poate să se găsească în preajmă. Discernând lumina din spectrul ultravioletoarelor, albinele văd în flori structuri care nouă ne sunt invizibile, care le ajută să localizeze nectarul. Ele procesează culorile de până la cinci ori mai rapid decât oamenii. Văd în ce fel se schimbă culorile în funcție de diversele unghiuri și percep iridescența acolo unde noi nu suntem capabili. Petalele florilor de rușă galbenă din fața ușii mele de la bucătărie au pe ele discuri în nuanțe de culori pe care eu nu le văd, iar când privesc strălucirea unui câmp de floarea-soarelui în miezul verii, el cuprinde tipare pe care vederea mea nu le sesizează. Spectrul de lumină vizibilă nouă reprezintă doar o mică parte din spectrul electromagnetic. Lumea întreagă strălucește proiectând lucruri pe care noi nu le vedem.

Un punct numit chiar „mort” sau „orb” pare să fie cel mai nimerit loc din care să pornești la a te gândi la invizibilitate și la condițiile în care devenim vizibili. Căprioara nu mă vede nu din pricina siluetei mele aparent ascunse și nici din cauza puloverului meu maro, ci din cauza nemișcării mele. Ciorile nu mă văd pentru că nu mă cunosc, iar veverița cenușie, din pricina umbrei mele. Propria mea vedere e limitată la un arc de 120 de grade, din care cea mai mare parte e vedere periferică, și știu că această reuniune a invizibilităților include insecte, amfibieni, rozătoare și păsări pe care nu le observ niciodată. Care e diferența dintre a fi invizibil și doar a te nimeri într-un „punct mort”?

După nu mai mult de o oră petrecută în pădure, sunt din nou uimită de invizibilitate și de coregrafia ei improvizatională, o condiție necesară a vieții. Mi se amintește astfel de grația reticenței, de forța discreției și de posibilitatea de a-ți păstra intimitatea și autonomia absolută, fiind totuși profund conștient de existența lumii și reacționând la impulsurile ei. Iar eu sunt atât de încântată să dispar din văzul lumii, pentru că aceasta este o raritate în comportamentul propriei noastre specii. În ultima vreme am fost mai preocupați ca oricând de cum să fim mai prezenți în ochii lumii.

Totuși noi, oamenii, avem propriile noastre modalități diferite de a fi văzuți sau nevăzuți. Avem propriile noastre modalități de a măsura invizibilitatea, iar vederea noastră e o chestiune care se întinde dincolo de spectrul electromagnetic. Noi ne facem văzuți sau nu, iar familiaritatea, daltonismul și vederea periferică sunt aspectele cel mai puțin importante. Am născocit o grămadă de strategii inventive – fizice, psihologice, tehnologice – ca să ne atragem privirile unii altora sau ca să ne ferim de ele. Ele pot

fi captivante, încântătoare, înșelătoare, manipulatorii, pline de speranță, disperate, grandioase, logice, ilogice, ciudate și de-a dreptul misterioase. În această epocă, de tot mai mare transparență, se cuvine să le revizuiem.

Vizibilitatea a devenit moneda de schimb a vremii noastre, iar rețelele de socializare și industria de supraviețuire ne-au redefinit modul de viață. În cartea sa de referință din 1979, *The Culture of Narcisim*, Christopher Lasch spune că, „în societatea noastră, succesul trebuie să fie omologat de publicitate”. Patruzeci de ani mai târziu, cultul pe care îl avem pentru transparență îi dovedește premoniția, la fel ca noile tehnologii revoluționare. A devenit o obișnuință să se presupună că răsplățile vieții sunt publice și că existențele noastre pot să fie evaluate după felul în care suntem percepuți, nu după ceea ce facem.

Expunerea începe în propria casă, un loc cândva considerat intim. În camera copilului, aparatura de monitorizare a bebelușilor, conectată la internet și echipată cu camere de înaltă rezoluție, microfoane încorporate și cu senzori de mișcare, poate să fie utilă din punctul de vedere al siguranței, dar și reconfigurează relația dintre părinte, copil și îngrijitorul acestuia din urmă. Internetul Jucăriilor – păpuși Barbie dotate cu Wi-Fi, pisicuțe cu bluetooth, ursuleți cu mesagerie vocală – promovează interactivitatea, dar poate să fie ușor de „spart”, în vederea obținerii informațiilor legate de copil, inclusiv adresa, data nașterii și fotografii cu acesta. Un frigider „inteligent” din bucătărie poate să colecteze informații despre obiceiurile de aprovizionare, pe care putem să le furnizăm chiar de bunăvoie, însă numeroase tipuri de televizoare „inteligente” depistează date despre privitori, pe care agențiile de publicitate le pot accesa în scop de marketing „țintit”. Aspiratoarele-robot

au capacitatea să memoreze conturul încăperilor, iar Alexa, asistentul personal casnic al companiei Amazon, poate să ofere probe în justiție despre ce facem și ce spunem. Dacă trimiteți un e-mail, dacă folosiți motorul Google, dacă începeți să căutați ceva, orice, on-line – o rochie, o carte, o tigaie, o mașină de tuns iarba –, aceste obiecte vă vor apărea la nesfârșit în reclame, pe monitorul calculatorului.

Dacă plecați de-acasă, telefoanele mobile trimit informații de localizare către furnizorul de telefonie. Dacă treceți pe la un punct de plată de la intrarea pe autostradă, folosiți un card de credit, închiriați o mașină sau cumpărați un bilet de avion, „Big Data” poate să colecteze și mai multe informații personale. Dar chiar dacă nu facem nimic din toate astea, camerele de bord, camerele corporale, camerele montate în curtea din spatele casei, ca și camerele de securitate cu circuit închis din bănci, malluri, benzinării, gări, magazine, dar și cele montate pe colțurile străzilor ne controlează activitățile, întrucât în acest domeniu reglementările legale sunt minime. La fel și dronele, care devin tot mai mici și posedă camere tot mai sofisticate, sunt folosite la orice, de la transmiterea de știri la supravegherea traficului sau a proprietăților private și comerciale. Madison Square Garden folosește softuri de recunoaștere facială ca să identifice fanii. Dotate cu o nouă tehnologie radar, unele stații de panotaj pot să capteze telefoanele mobile ale șoferilor din preajmă, permițând astfel companiilor de telecomunicații și firmelor de publicitate aflate în parteneriat să monitorizeze și mai în detaliu tipare de comportament consumerist. În 2016, într-un efort de a combate criminalitatea, în Baltimore au început să fie folosite cadre capturate cu camere aeriene de supraveghere, pentru a monitoriza străzile de pe o rază de 48 de

kilometri; nimeni de jos nu știa că e fotografiat. Ochelarii Snapchat, o aparatură mai personală, îi permit utilizatorului să atingă rama pentru a face o înregistrare video de zece secunde a ceea ce se întâmplă în raza lui vizuală, ceea ce poate fi orice sau oricine.

Tot mai numeroasele echipamente electronice de larg consum oferă multe avantaje și eficiență, subminând, în același timp, ideile tradiționale despre intimitate. Dotat cu un display touchscreen, medalionul colierului cu cameră de filmat FrontRow poate să înregistreze, să facă livestreaming și să opereze time-lapse-uri. Facebook Live și Periscope împing și mai departe dezmațul dezvăluirilor, permițându-ne să transmitem lumii întregi, în timp real, viața noastră zilnică. Pe măsură ce Internetul Lucrurilor continuă să se extindă, incluzând aparatură electrocasnică, bijuterii și tot felul de asistenți personali electronici, acest tip de supraveghere digitală va continua să se dezvolte. Participarea voluntară și cea involuntară sunt stânjenitor de apropiate: purtăm de bunăvoie Fitbituri, care dezvăluie locul unde ne aflăm, dar Amazon a primit aprobarea să testeze brățări capabile să le monitorizeze muncitorilor mișcările, localizarea și eficiența. Dorințele, mofturile, obiceiurile și curiozitățile noastre devin colaboratorii, martorii noștri, oferind totodată și informații despre noi. În 2018, când s-a aflat că Facebook i-a permis firmei Cambridge Analytica să recolteze date de la 87 de mii de utilizatori, ca să stabilească profilul psihologic al votanților de la alegerile prezidențiale din 2016, nu a mai existat nicio îndoială că utopia conectivității servită pe tavă de rețelele de socializare se află la doar un pas distanță de supravegherea de stat.

Această vizibilitate a dat naștere unui nou vocabular. Cuvântul *optică* are în prezent mai puțină legătură cu

știința luminii, ci se referă mai degrabă la modul în care impresiile vizuale ale unor evenimente sau probleme pot să aibă o importanță mai mare decât evenimentele și problemele în sine. Modificând fluxul informațional, revoluția tehnologică a schimbat radical modul în care ne prezentăm lumii exterioare, iar expresia nou inventată „curatorierea identității” se referă la autopromovare, la stabilirea propriului stil și la capacitatea de a crea și de a cultiva pe rețelele de socializare profiluri diferite – consumerist, social, politic, profesional –, care sunt considerate un bun valoros, ba chiar esențial. *Neuropolitica* se referă la citirea expresiilor faciale pentru a-i ajuta pe organizatorii campaniilor politice să analizeze mai bine reacțiile votanților în relație cu candidați specifici, în timp ce *microcelebritatea* se referă la faima temporară și limitată, dobândită prin intermediul Instagramului și al YouTube-ului.

Iar expresia „extracția de date personale”, care cu câteva decenii în urmă era lipsită de înțeles, definește acum o industrie de sine stătătoare, din această lume a postintimității. Comisia Federală de Comunicații avea, în mod tradițional, rolul de a proteja intimitatea consumatorului, împiedicând, de exemplu, companiile de telefonie să vândă listingurile clienților și, mai demult, interzicându-le centrelor de închiriat casete video să dea informații despre care filme erau închiriate de cine. Acum acest rol al Comisiei este din ce în ce mai nesemnificativ. În 2017, reglementările menite să-i împiedice pe furnizorii de internet să vândă date despre consumatori au fost reduse, permițându-le astfel companiilor în cauză să profite de pe urma căutărilor noastre pe internet și a istoricelor de achiziții.

## CUPRINS

|                                          |     |
|------------------------------------------|-----|
| Introducere .....                        | 9   |
| 1. Prietenul invizibil .....             | 35  |
| 2. Inelul lui Orlando .....              | 52  |
| 3. În lumea naturală.....                | 73  |
| 4. Invisiphilia .....                    | 95  |
| 5. Cerneala invizibilă.....              | 111 |
| 6. La spa-ul identitar.....              | 128 |
| 7. Propunerea anonimatului.....          | 142 |
| 8. Recitind <i>Doamna Dalloway</i> ..... | 158 |
| 9. Eul care dispare .....                | 171 |
| 10. Geografia invizibilității .....      | 186 |
| 11. Cu uimire .....                      | 205 |
| Mulțumiri.....                           | 221 |

WITH LOVE,  
BAROQUE



 JAVOIR-VIVRE®

O colecție de formare și rafinare a personalității, *à la légère*, fără nicio declarație de intenție programatică.

Enciclopedii și alte lucrări capabile să corecteze micile imperfecțiuni și să răspundă la marile întrebări cu grație, umor și inteligență, pentru cititorii care își caută bucurii oneste într-o lume a speranțelor amânate.