

## Gratis toegang? Dan word je op toilet gefilmd



*In Datakamp kunt u maar beter betalen voor uw toegang. Fred Debrock*

Een verwerkelijking van het internet, dat wil Datakamp zijn. Met spam en segregatie tussen gratis- en betalende gebruikers. En waar alles te koop is met een flinke dosis privacy. ‘Confronterend hoe mensen hun data afgeven aan een man in een labjas.’ Nick De Leu

Vzw Cirq houdt de maatschappij graag een spiegel voor tijdens de Gentse Feesten. Dat deed het eerder al met het controversiële Circus Vangheluwe. Maar nu is het meer een selfie: Datakamp mikt op een maatschappij die argeloos haar privacy prijsgeeft op het internet. Daarvoor hebben ze op hun plein aan de Willem De Beersteeg een soort verwerkelijking van het internet ingericht. Eentje waar kinderen geen kleurplaten, maar QR-codes inkleuren, of waar ze geen virtuele, maar échte Pokémon (lees: verklede mannen) proberen te vangen.

Maar de doordenkers zitten elders. Aan de ingang moeten bezoekers kiezen tussen *free* of *premium* toegang. Vrekken mogen gratis binnen maar worden overvallen met spam: in de toegangstent moeten ze een minutenlang reclamefilmpje trotseren, op het terras worden hun gesprekken onderbroken door Cirq-medewerkers die letterlijk een blik spam op hun tafel neerpoten. En erger nog: in de *free*-wc's hangen camera's, en alleen éénlagig wc-papier.

De premiumgebruikers (die twee euro of meer betalen) krijgen dan weer voorrang aan de bar, zijn vrij van spam, en kunnen op drielagig papier rekenen. Dat doet denken aan het model van Spotify en veel andere apps: gratisgebruikers murw slaan met reclame en verleidelijke voordelen, tot ze uiteindelijk premium worden.



*De meeste mensen laten een man in labojas gewoon in hun telefoon neuzen. Fred Debrock*

Dat systeem komt tot dusver niet helemaal tot zijn recht op Datakamp, geeft Xavier Cloet van Cirq toe. 'We dachten dat hoogstens een derde van de bezoekers voor premium zou kiezen, maar het is eerder 70 procent. Dat hadden we niet verwacht. Zo gaat het spel ook wat verloren: het is lastig iemand voorsteken aan de toegang als er geen gratisgebruikers staan.'

### **12,3% lesbiennes**

Maar eigenlijk laten de premiumgebruikers zich harder rollen. Die polsbandjes beschikken over een RFID-chip, net als op Tomorrowland of Best Kept Secret. Wie die scant aan de veertien terminals op het terrein verzamelt punten. Door in en uit te checken bij de wc's, te scannen als je een drankkaart koopt, of gewoon door een toffe peer te zijn tegen de medewerkers die je kunnen belonen met extra credits. Wie aan het eind van de dag bij de 5 procent hoogste scores zit, wordt vip en krijgt nóg meer voordelen. En vierlagig wc-papier.

Daar hangt één schijnbaar onschuldige voorwaarde aan vast: het bandje moet gekoppeld worden aan je Facebookaccount. Daardoor krijgen de technici van Datakamp toegang tot alle data die daarin opgeslagen zijn: foto's, familiebanden, interesses. Het principe is alomtegenwoordig op sociale media: Facebook, Google, Instagram en Snapchat zijn allemaal gratis, tenzij u privacy als een betaalmiddel beschouwt. Andere apps spelen het slinker: denk maar aan de gebruiksvoorwaarden van die zaklamp-app die u downloadde, en vraag u af of die echt uw locatiegegevens nodig had.



*Eten? Data afgeven, a.u.b. Fred Debrock*

Op Datakamp zijn ze wel extremer, zo blijkt wanneer Michel Vuijlsteke, die de software in elkaar draaide, resultaten voorleest. ‘Momenteel zijn er 48,5 procent vrouwen op het terrein, waarvan 12,3 lesbisch is’, klinkt het. Op een ander moment wordt een willekeurig Facebook-profiel geopend van iemand die op de wei aanwezig is – op het grote schermen fietsen we door zijn vakantiefoto’s. ‘We kunnen zelfs omroepen dat er 28 minuten tussen Joeri’s wc-check-in en -out zat. Of dat Sam vier keer naar de wc ging en geen enkele drankkaart kocht – de gierigaard.’

## **Digitale zelfmoord**

‘70 procent van de bezoekers geeft zonder verpinken al zijn data prijs: e-mail, gsm-nummer, Facebook-account’, zegt Vuijlsteke. ‘Het verbaast mij echt. Ze stellen geen vragen en klikken gewoon oké op een disclaimer die ze niet gelezen hebben. Wie het niet meteen aan de praat krijgt, geeft zijn gsm zelfs aan mij, een wildvreemde in een labjas. Ik mag dan in hun mailbox neuzen om het te fixen.’

‘Het is confronterend dat mensen daar geen halve seconde over nadenken. Wat we hier doen is volstrekt legaal, maar ook bijna *phishing*. Ik ben ervan overtuigd dat we aan het eind van de dag iedereen wachtwoord hebben als we mensen hier op een valse Facebook-pagina laten inloggen.’

Het doel van Cirq is bewustwording bewerkstelligen, zegt Cloet. 'Niet door het stap voor stap uit te leggen, maar door mensen met de neus op de feiten te drukken. Bij onze producties deel ik graag een uppercut uit om dan weg te lopen. Dat lijkt laf, maar dan kunnen mensen wel hun eigen conclusies trekken. Want de meeste data kan je op Facebook wel degelijk afschermen. Verder kan het geen kwaad om eens na te denken welke informatie je precies aan wie vrijgeeft.'

Datakamp heeft zelfs al een voorloper, weet Cloet. 'Op Lowlands stond onlangs een bedrijf dat in RFID-chips deed. Mensen konden aan de podiumtenten hun bandje scannen en kregen setlists of exclusieve foto's van de band die er speelde. Gratis, tenzij je data als betaalmiddel beschouwt, want ze moesten er hun Facebook-profiel aan koppelen. Dat was natuurlijk het enige waar dat bedrijf op uit was: die data kunnen ze kwijt aan adverteerders.'

Voorlopig werd nog niemand balorig op Datakamp, zegt Cloet. 'Maar het is net leuk als mensen ertegenin gaan. Gisteren stond hier iemand die niet wou inloggen met zijn smartphone: hij had enkel een oude Nokia, zei hij. Uiteindelijk ging hij toch overstag.'

Wie alles wil omzeilen, kan het slim spelen. In de Mixed Grill Internjet kan je een fake Facebook-account laten aanmaken om daarmee in te loggen bij Datakamp. Zo zijn je data weer veilig. Wie het helemaal beu is, kan in dat kantoortje zelfs digitale zelfmoord plegen en zijn Facebook-account laten wissen. Of iemand dat al gedaan heeft, willen we weten? 'Neen', meesmuilt een man achter een computer. 'Daarvoor zijn mensen er te zeer aan gehecht.'

Datakamp, elke dag van de Gentse Feesten van 15 uur tot middernacht, in de Willem De Beersteeg.

## **Nick De Leu**

Nick De Leu is cultuurredacteur bij De Standaard.